

# Amagram

Produkt- und Geschäftsinformation für den  
selbständigen Amway Geschäftspartner

Mai 2009



Neue Diamanten in Deutschland  
Elena & Michael Feiwuschkin





## FEIERN SIE MIT UNS – UND EINER **25 %** PREISREDUZIERUNG\* AUF TOLLE PRODUKTE!

Diesen Monat sind die Feierlichkeiten rund um unseren 50. Geburtstag mit der ultimativen Party für Diamanten in Las Vegas in vollem Gange. Auch Ihre Kunden können die Feierlichkeiten genießen, mit einer fantastischen Preisreduzierung von 25 % auf die meist verkauften Produkte von Amway.

50 Jahre Amway Kunden-Faltprospekte (10er-Pack)  
**Best.-Nr. 233137**



**Beim Kauf der unten aufgeführten Produkte gibt es eine Preisreduzierung von 25 %\*.**

**BODY SERIES™**  
Erfrischendes Duschgel  
**Best.-Nr. 2162 – 400 ml**

**BODY SERIES** Erfrischendes  
Duschgel Nachfüllbeutel  
**Best.-Nr. 2163 – 1 Liter**

**BODY SERIES** Flüssigseife  
**Best.-Nr. 2171 – 250 ml**

**BODY SERIES**  
Flüssigseife Nachfüllflasche  
**Best.-Nr. 100100 – 1 Liter**

**BODY SERIES**  
Feuchtigkeitsspendende  
Hand- und Körperlotion  
**Best.-Nr. 2175 – 400 ml**

**SA8™** Delicate Feinwaschmittel  
**Best.-Nr. 3272 – 1 Liter**

**PURSUE™** WC-Reiniger mit  
organischer Säure  
**Best.-Nr. 3951 – 750 ml**

**DISH DROPS™**  
Geschirrspülmittel  
**Best.-Nr. 0228 – 1 Liter**

**L.O.C.™** Plus  
Milde Reinigungsmilch  
**Best.-Nr. 0951 – 500 ml**

**L.O.C. Plus** Metallreiniger  
**Best.-Nr. 0094 – 200 ml**

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

\* PW/GV wird entsprechend angepasst.

Dieses Angebot ist gültig bis zum 31. Dezember 2009 (Produktverfügbarkeit vorausgesetzt).

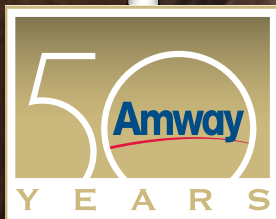
Weitere Informationen zum 50. Geburtstag finden Sie unter [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at). Wenn Sie sich die neuen Home Care „WOW“ Demonstrationen ansehen möchten, klicken Sie sich durch die L.O.C. und SA8 Brand Centres.



**Steve Van Andel**  
Chairman



**Doug DeVos**  
President



# Das „Wesentliche“ in unserem Geschäft

Die Zentrale unseres Unternehmens in Ada erstreckt sich über zwei Kilometer. Wenn jemand das Gelände zum ersten Mal sieht, können wir so gut wie immer voraussagen, wie er reagieren wird.

Egal, ob es sich um einen Geschäftspartner, einen neuen Mitarbeiter, den Vertreter einer Behörde oder einen Reporter handelt, er ist zunächst einmal sehr erstaunt, wenn ihm bewusst wird, wie groß und komplex unser Unternehmen ist. Das Gleiche passiert, wenn jemand NUTRILITE™ oder unsere Produktions- und Vertriebszentren in Europa, Asien und Mittelamerika besucht.

Es ist zutiefst befriedigend, diese Reaktion zu sehen, denn es erinnert uns daran, wie stolz wir darauf sind, ein weltweit führendes Unternehmen zu sein. Wir freuen uns darüber, dass wir Geschäftspartnern wie Ihnen eine so großartige Geschäftsmöglichkeit bieten können, denn SIE sind der lebende Beweis

dafür, wie wichtig freies Unternehmertum ist. Wir sind stolz darauf, dass sich so viele Menschen für uns als Partner entschieden haben und unsere Produktinnovationen Menschen dabei unterstützen, ihr eigenes Geschäft zu führen.

Sie sind Teil des Unternehmens und Sie sehen diese Reaktion jeden Tag – von einer Gruppe, mit der Sie arbeiten, wenn Sie mit Ihren Kunden sprechen oder wenn Sie Kindern in ihrem sozialen Umfeld helfen.

Die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und uns „öffnet Türen“ – gemeinsam können wir etwas verändern – und das jeden Tag!

Es ist eine ganz einfache Beobachtung. Und eine starke Inspiration. Wir hoffen, dass sie dazu beiträgt, Ihre Arbeit als Amway Geschäftspartner noch wichtiger und lohnender zu machen.

## Inhalt Neuigkeiten

- 3 Editorial
- 8-9 Lokale Qualifikationen:  
Diamant, Perle, Rubin, Gold, Silber,  
18 %, 15 %, 12 %
- 10 Smaragddessen zu Ehren der neuen  
deutschen Smaragde Michael Peters  
und Marlies Pleger-Peters

## Produktinfo

- 2 BODY SERIES™:  
25 % Preisreduzierung
- 10 Muttertag mit Valentins
- 11 Erfolgsgeschichte zu  
ARTISTRY™ essentials
- 14-15 NEU: E. FUNKHOUSER™ NEW YORK:  
Farbkollektion 009 PARAMOUNT
- 16 E. FUNKHOUSER NEW YORK:  
Professionelle Produktserie
- 17 ARTISTRY™: Ideal duales Puder-  
Make-up LSF 18
- 18 NEU: ARTISTRY Getönte  
Feuchtigkeitspflege LSF 15
- 19 NEU: ARTISTRY TIME DEFIANCE™  
Augen-Lifting-Creme
- 20 NEU: ARTISTRY Total Wimperntusche
- 22 iCook™: Brand Centre; eSpring™  
Werbeartikel
- 23 NEU: SA8™, Dish Drops™, L.O.C.™  
„WOW“-Demonstrationen
- 24 LOC Plus Glas Reiniger;  
ARTISTRY Wimperntusche 200
- 30 Mein Amway Lieblingsprodukt:  
NUTRILITE™; Neuer Partner Store:  
socksandwear
- 36 PETER ISLAND™ Sonnenschutz

## Unternehmensinfo

- 4-6 50 Jahre Amway
- 7 SIP 2008/2009: Sind SIE beim  
LTS 2010 dabei?
- 12-13 Your Future Now  
Wachstumsprogramm 2009
- 25 Firmenläufe 2009 mit  
TEAM NUTRILITE™ (D)
- 26-27 Eröffnung der Ronald McDonald  
Oase (D)
- 28-29 Amway European Experience Center  
in Wien: neuer Workshop für Aktive  
und AEEC Tour für neue Amway  
Geschäftspartner (A)
- 31 START! – Infoseite für neue  
Geschäftspartner und ihre  
Sponsoren
- 32 Neuheiten und andere Informationen;  
Amway Aktuell
- 33-35 Bestellinfos



JAHRE

**IN DENEN WIR VERÄNDERUNG**

1959 hätten es sich die engen Freunde Rich DeVos und Jay Van Andel niemals träumen lassen, dass Amway Produkte eines Tages auch in China, Russland und Vietnam vertrieben werden.

Heute sind dies nur drei von über 80 Ländern und Territorien, in denen Geschäftspartner von Amway selbständige Geschäfte betreiben.

## DURCH EINE BESSERE GESCHÄFTS-MÖGLICHKEIT ERREICHT HABEN.

### Zusammenarbeit mit allen Kulturen

China ist ein großartiges Beispiel dafür, wie Amway mit allen regionalen Regierungen zusammenarbeitet, um alle notwendigen Anforderungen zu erfüllen, während gleichzeitig dafür gesorgt wird, dass das Wesentliche der Amway Geschäftsmöglichkeit überall auf der Welt erhalten bleibt.

„Wir haben verschiedene Geschäftsmodelle angewandt, bevor wir zu einer Einigung mit den chinesischen Offiziellen gelangt sind“, sagt Steve Van Andel. „Heute werden Amway Produkte in diesem Land nicht über unser traditionelles Direktvertriebsmodell umgesetzt, sondern in Ladengeschäften verkauft.“

Sie haben sich für Amway aus dem gleichen Grund wie Millionen anderer Menschen auf dieser Welt entschieden. Sie wollten etwas in Ihrem Leben verändern, ein selbständiges Geschäft betreiben und Ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen. Die Amway Geschäftsmöglichkeit ist für alle Kulturen interessant, denn das Geschäft ist einfach zu beginnen und einfach zu vergrößern.

Darüber hinaus wird der geschäftliche Ruf von Amway durch einen Verhaltenskodex und eine Geschäftsethik unterstützt, die uns alle schützen sollen – die Amway Geschäftspartner, die Kunden und Amway selbst.

„Das spektakuläre Wachstum, das dieses Unternehmen in den letzten 50 Jahren erfahren hat, ist der Beweis dafür, dass die Leute an Amways Grundwerte Freiheit, Familie, Hoffnung und Anerkennung glauben“, sagt Steve Van Andel, Chairman von Amway.

„Unser Geschäftsmodell gibt den Leuten Hoffnung und eine Chance“, sagt Doug DeVos, Präsident von Amway. „Wir freuen uns darauf, diese Tradition des Miteinanders fortzusetzen, wenn unser Unternehmen in den nächsten 50 Jahren noch stärker als bisher wachsen wird.“

1959

1969

1979

1989

1999

2009



MAI 2009

JAHRE

1959

1969

1979

1989

1999

2009

**SCHAFFEN von globalen Verbindungen.**

„Amway macht es jedem leicht, sein eigenes Geschäft bei Amway zu starten oder es auszubauen – und dies kultur- und grenzüberschreitend – und Kunden in der Nähe oder in der ganzen Welt zu beliefern.“ Unser innovatives globales Netzwerk für Bestellungen und Lieferungen bietet nahezu unbegrenzte Möglichkeiten in mehr als 80 Ländern und Territorien.

Das alles ist das Ergebnis unseres Engagements, Leute auf der ganzen Welt – ob sie unsere Produkte benutzen oder vertreiben – dabei zu unterstützen, in ihrem Leben etwas positiv zu verändern. Man könnte sagen, dass dieser Wunsch, mit Leuten verbunden zu sein, genau das ist, was uns alle verbindet.







## Sind *SIE* beim LTS 2010 dabei?

Qualifikationszeitraum:

1. September 2008 bis 31. August 2009

2010 findet das **Führungskräfte Training Seminar (LTS)** von Amway Europa an drei aufregenden Orten statt.

**Teneriffa, Antalya und Sardinien** sind die drei Reiseziele für 2010. Qualifizieren Sie sich, um eine Einladung von Amway und ein Flugticket zu einer der drei sagenhaften Destinationen zu erhalten! Egal, welches Resort Sie besuchen, Sie werden überall die gleiche Amway Gastfreundschaft empfangen und eine unvergessliche Erfahrung machen!

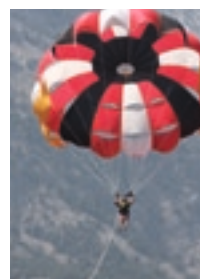
**Der Qualifikationszeitraum ist bald zu Ende...**  
lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen!

### Qualifikationskriterien für das LTS

Für alle Q12 Platin Geschäftspartner bis hin zur Smaragd Qualifikationsstufe gibt es folgende Möglichkeiten, das erforderliche neu gesponserte Volumen zu erreichen:

Option 1	Persönlich neu gesponsertes Volumen (PNSV) im Geschäftsjahr	5.000 PW
Option 2	In der Gruppe neu gesponsertes Volumen (GNSV) im Geschäftsjahr, davon müssen mindestens 2.000 PW auf das persönlich neu gesponserte Volumen (PNSV) entfallen	20.000 PW
Option 3	In der Gruppe neu gesponsertes Volumen (GNSV) im Geschäftsjahr	40.000 PW

Die genauen Qualifikationsbedingungen und weitere Informationen zu dieser Veranstaltung erhalten Sie von Ihrem Platin, der zuständigen Amway Niederlassung oder auf der Amway Website. Die Teilnahme an Seminaren und Reisen ist nur auf Einladung möglich. Die Durchführung der Veranstaltungen liegt im alleinigen Ermessen von Amway Europa.





## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich



**Elena & Michael Feiwuschkin**  
Deutschland



**DIAMANT**  
**AUGUST 2008**

„Doppelt gewinnt, wer vergisst, was verloren“

Elena und Michael Feiwuschkin siedelten 1994 von Lettland nach Deutschland um. Ein Jahr vorher zog bereits die Familie von Michael nach Deutschland. Elenas Familie lebt noch immer in Kaliengrad (Russland). Dort lernten sich die beiden – aufgrund einer privaten Exkursion von Michael – auch kennen und bereits nach sechs Monaten heirateten sie in Lettland auf Liepaja an der Ostsee.

Die erste Zeit in Deutschland war für die gelernte Klavierlehrerin und den Radio- u. Elektroingenieur aus Riga nicht gerade einfach: Zehn Monate lang waren sie auf Unterstützung des Staates angewiesen. Diese Situation war für sie nicht länger erträglich und musste sich schnell ändern. Auch andere Berufssparten wurden genauestens unter die Lupe genommen.

Dann lernten sie Lora und Alexander Dobler kennen, die später ihre Sponsoren wurden. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten sie noch nie von Amway gehört.



*Gearbeitet wird immer im Team!*



*Elenas Leidenschaft sind englische Teekannen*

Lora und Alexander motivierten sie sehr dazu, die Initiative für einen „Neustart“ zu ergreifen und somit begann der Anfang ihrer Amway Karriere.

Von großer Bedeutung für ihren Erfolg war ihr ständiges Vertrauen in ihre Sponsoren sowie die gute Unterstützung. An der Arbeit mit Amway gefällt ihnen besonders, dass sie ohne großes Risiko selbständig arbeiten können und eine große Perspektive haben. Ihr Ratschlag für Neueinsteiger ist es, aktiv zu sein und die Amway Produkte sowie die Philosophie schätzen zu wissen.

Mittlerweile investieren die Feiwuschkins täglich in ihr Geschäft, wobei Michael sehr viel Zeit für ihr internationales Geschäft in Russland, der Ukraine, in Griechenland und den Benelux Ländern verbringt. Ihr größtes Hobby ist ihr Hund Taaly, der eine Rhodesian Ridgeback Rasse ist. Ihre Freizeit verbringen die Feiwuschkins am liebsten

draußen in der Natur mit ausgiebigen Spaziergängen. Weiterhin kocht und sticht Elena sehr gerne und sie sammelt leidenschaftlich englische Teekannen. Michael ist verständlicherweise sehr technikbegeistert und beschäftigt sich daher gerne mit seiner Kamera und liebt es, ein wenig Zeit an seinem Computer zu verbringen.

Ihr größter Wunsch ist es, gesund zu bleiben und die Nadel zum Exekutiv Diamanten zu bekommen. Ein besonderer Dank geht an ihre Sponsoren, Lora und Alexander Dobler, an alle Diamanten der Gruppe Schwarz sowie die Firma Amway.



*Das dritte Familienmitglied: Taaly*



## Lokale Qualifikationen Deutschland und Österreich

**Katrin Ina & Uwe Andreas Klose** Deutschland



**PERLE  
FEBRUAR**

Selbständig &  
Selbständig

**Jasmine & Ing. Josef Unterberger** Österreich



**RUBIN  
FEBRUAR**

Selbständig &  
Selbständig



**GOLD FEBRUAR**

### DEUTSCHLAND

Geiger Lilli / MALOHATKO



**SILBER FEBRUAR**

### DEUTSCHLAND

Gusciglio Angela & Alfonso / GROSS  
Ivanisova Larysa / DR. MIETHE  
Buck Annette & Kluge Thomas / KLOSE  
Neumann Simone & Norbert / SCHAEGLER  
Thode Stefan / GUENDEROTH  
Tikhonova Liubov / DR. MIETHE  
Groenewold Anke & Michael / KLOSE

### ÖSTERREICH

Aydemir Emine & Hueseyin / SCHRITTWIESER



**18 % FEBRUAR**

### DEUTSCHLAND

Boettcher Anita &  
Hans-Juergen  
Kattner Jolantha & Paul  
Gruenheid Thea & Gerhard  
Lehmann Christine & Guenter  
Brunner Jan & Kristina  
Mehnert Joerg

### ÖSTERREICH

Aydemir Emine & Hueseyin  
Bergner Hacer  
Guenay Selda  
Arduc Filiz  
Arduc Murat & Sandra



**15 % FEBRUAR**

### DEUTSCHLAND

Becker Marina  
Unger Alexander & Elena  
Hafner Andreas  
Schorpp Ute & Uwe  
Dell Evgenij  
Cicha-Hilkert Isabel &  
Hilkert Hans-Joachim  
Buckan Sylvia & Elert  
Burckhard  
Mang Ingrid  
Rossel Nada & Alexander  
Messerle Svetlana & Vitali  
Slejning Olga & Viktor  
Sirota Viktor  
Eichner Antonida  
Hueper Olaf  
Karabyets Nina  
Mueck Nicole & Matthias  
Maunz Rosalina &  
Schmid Reinhard  
Radaeva Natalia  
Rempel Elena & Eduard

### ÖSTERREICH

Feuchter Franz & Sonja  
Bergner Hacer  
Schink Renate & Josef  
Guenay Selda  
Arduc Filiz  
Jouja Johann  
Arduc Murat & Sandra



**12 % FEBRUAR**

### DEUTSCHLAND

Baginski Natalia & Eugen  
Meischner Martina  
Schopp Olga & Alexander  
Lymar Margarethe & Vladimir  
Berger Grit  
Gotzmann Cornelia & Bernd  
Lehmann Carola & Peter  
Wassermann-Kalayci Anja &  
Kalayci Mustafa  
Pull Galina & Johann  
Schlee Irina & Grigorij  
Guenther-Krohn Yvonne &  
Krohn Andre  
Guenther Ludmila &  
Alexander  
Pfabe Kerstin  
Thust Petra  
Leonhardt Silke & Tobias  
Scheffner Marina & Viktor  
Witzer Eva & Heinz  
Wormann Roswitha &  
Gerhard  
Deric Hatice  
Mantel Erna  
Heise Magrit  
Domabyl Silke  
Nguyen Thi Kieu Mien & Le T.  
Gkaltsidou Galini  
Unger Nelly & Heinrich  
Janzen Maria  
Thome Lao  
Schewe Gabriele  
Yildiz Aysel  
Gioktsen Mehmet-Mustafa  
Naumeyko Larisa  
Erler Eugen & Natalie  
Tabotina Ida & Viktor  
Semenchenko Serhiy  
Friesen Nelli & Walter

### ÖSTERREICH

Bergner Hacer  
Guenay Selda  
Arduc Filiz  
Cicek Birsen  
Bergmann Karl  
Heiss Josef  
Derkits Ewald  
Greisinger Bohumila &  
Gerhard  
Schmid Gabriele  
Arduc Murat & Sandra

## Smaragdessen zu Ehren der neuen deutschen Smaragde Michael Peters und Marlis Pleger-Peters

Direkt an der Ostseeküste, mit Blick über die See auf Dänemark, fand am 13. Februar 2009 das Smaragdessen zu Ehren von Marlis Pleger-Peters und Michael Peters statt. Der Alte Maierhof in Glücksburg bot einen würdigen Rahmen für die Ehrenfeier der neuen Smaragde. Diese hatten für ihre Gäste Claudia und Stefan Kumbier, Henryka und Torsten Feddersen, Axel Etscheid und Dominique Graf sowie für den Geschäftsführer der Amway GmbH, Dimitri van den Oever, und Andreas Prehofer aus der Abteilung Distributor



Dimitri van den Oever überreicht den Scheck mit der Smaragdzahlung

Relations sogar ein Geschenk dabei – ein Buch über die Kraft des Wünschens. Passend hierzu gab es bei einem vorzüglichen Menü in der Brasserie des Hotels anregende Gespräche über Ziele und



Die neuen Smaragde Marlis Pleger-Peters und Michael Peters mit ihren Gästen

Wachstum ihrer Amway Geschäfte. Der Höhepunkt des Abends war die Scheckübergabe über die Smaragdzahlung durch Dimitri van den Oever. Der übergroße, symbolische Scheck verursachte bei den Smaragden und ihren Downlines einen richtigen Motivationsschub.

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

## Am 10. Mai ist Muttertag!



Von Herzen  
€ 19,99

Personalisierter  
Goldtraum (0,75 l)  
€ 17,99

Sagen Sie „Danke, Mama!“ auf die schönste Art und profitieren Sie für Bestellungen **ab dem 20. April bis zum 10. Mai** von **33% höheren PW/GV!**



Amway Partnerstore

Valentins

Flowers and smiles



10 Dendrobien, mit  
Glasvase (ca. 24 cm hoch)  
€ 19,99

Alle Preise zzgl. Versand.  
Stand 03/2009.  
Änderungen vorbehalten





# Meine Erfolgsgeschichte mit ARTISTRY™ essentials



**Manuela Helbig**  
Deutschland

„ARTISTRY™ essentials Testkarten mit Produktmustern sind sehr hilfreich. Man kann damit neues Interesse wecken.“



„Der Bereich ARTISTRY™ ist mein Lieblingsproduktbereich geworden. Die Beratung und auch die Einarbeitung neuer Geschäftspartnerinnen in unsere fantastischen Produkte macht mir riesen Spaß. Es spielt auch gar keine Rolle, ob die Kundin bereits eine feste Kosmetiklinie hat oder noch unsicher ist – wir haben bestimmt die richtigen Produkte für sie und vor allem auch die richtige Beratung, mit der Sicherheit der Amway Zufriedenheitsgarantie im Hintergrund.“

Ich persönlich habe die Erfahrung gemacht, dass früher überwiegend junge Frauen unsere Basisserie kauften. Mittlerweile habe ich auch sehr viele Kundinnen aus anderen Altersgruppen für diese Produktserie gewinnen können. Diese Tatsache haben wir sicherlich unseren neuen ARTISTRY essentials Hautpflegesystemen zu verdanken, die mich wirklich hellauf begeistern.

Meine eigene Erfahrung mit den ARTISTRY essentials hat mir schon oft im Kundengespräch weitergeholfen, da man selber Erlebtes besser vermitteln kann als nur Gelesenes. Besonders die angenehme Feuchtigkeitsversorgung des Ausgleichenden Systems und die trotzdem Öl absorbierende Wirkung begeistert nicht nur mich, sondern auch meine Kundinnen. Die Haut fühlt sich nicht mehr gereizt oder trocken an und die Haut normalisiert sich sichtbar und spürbar.

Hilfreich sind auch unsere ARTISTRY essentials Testkarten mit Produktmustern. Durch diese bin ich auch wieder aktiv auf ehemalige Interessentinnen zugegangen und konnte dabei auch wieder neues Interesse an ARTISTRY essentials Produkten wecken. Ich freue mich auf die weiteren Produkteinführungen, und bin schon gespannt auf die nächsten „Aha-Effekte“, die es zu entdecken gibt.“

# Your Future Now

## Wachstumsprogramm 2009

Warten Sie auch schon voller Spannung auf die Bekanntgabe des Ziels für das Erlebniswochenende und die Qualifikationsbedingungen für Phase II – Qualifikationszeitraum August bis Dezember 2009?

München Hamburg Stuttgart  
Frankfurt Wien Berlin Dortmund  
Zürich Bremen **Dresden**



Dresden, einst Residenzstadt der sächsischen Kurfürsten und Könige und seit 1990 wieder Landeshauptstadt des Freistaates Sachsen, wird nicht ohne Grund auch „Elbflorenz“ oder „Barockperle an der Elbe“ genannt. Die Stadt zeichnet sich durch

einzigartige Barock- und Renaissance-Bauwerke, durch weltberühmte Kunstschätze und ein überaus reizvolles landschaftliches Umfeld aus. Dieses einmalige, als UNESCO-Weltkulturerbe gewürdigte Zusammenwirken von Architektur, Kunst und Natur macht das be-

sondere Dresdner Flair aus, das den Besuchern der Stadt und ihrer Umgebung unvergesslich bleibt. Dresden gilt heute, wie einst, als Kunst- und Kulturstadt von Weltrang und eine der schönsten Städte Europas.

Freuen Sie sich auf ein faszinierendes Wochenende.  
Dresden wird auch Sie verzaubern.





# Your Future Now

## Wachstumsprogramm 2009



Phase I			
2009	Februar	April	Juli
	<b>START</b>	<b>ZWISCHENZIEL</b>	<b>ZIEL</b>
		200€ Warengutschein	Erlebniswochenende VIP-Paket+YFN Smart



### Erlebniswochenende


Qualifikationskriterien:

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

### VIP Paket

Qualifikationskriterien:

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

Phase II						
START	August	September	Oktober	November	Dezember	
	500PW	PNSV + 200 PPW in einem Monat zwischen AUG-DEZ09 = 50€ (exkl. Mwst.)				<b>ZIEL</b> Ada Reise
	1.000PW	PNSV + 200 PPW in einem Monat zwischen AUG-DEZ09 = 100€ (exkl. Mwst.)				
	1.500PW	PNSV + 200 PPW in einem Monat zwischen AUG-DEZ09 = 150€ (exkl. Mwst.)				
	2.000PW	PNSV + 200 PPW in einem Monat zwischen AUG-DEZ09 = 200€ (exkl. Mwst.)				



### Reise nach Ada in die Amway Weltzentrale

Qualifikationskriterien:

Die Qualifikation für das Erlebniswochenende ist Bedingung, um an Phase II des Wachstumsprogramms teilnehmen zu können.

Geschäftspartner, die zwischen August und Dezember 2009 PNSV\* laut obiger Übersicht erwirtschaften, erhalten die angegebenen Provisions-Sonderzahlungen monatlich ausbezahlt!

Geschäftspartner, die im Zeitraum von FEB-DEZ09 am meisten PNSV\* erwirtschaftet haben, qualifizieren sich für die Ada Reise! In Deutschland qualifizieren sich die 35 in Österreich die 8 besten Geschäftspartnerschaften.

\*PNSV = PW aller Erstlinien, die ab FEB09 gesponsert wurden, und deren Gruppe.  
PPW = Persönlicher Punktwert (PW)



# E. FUNKHOUSER™ NEW YORK

## Die neue E. FUNKHOUSER™ NEW YORK FARBKOLLEKTION 009 PARAMOUNT

Paramount ist die Premiere für die Schönheit einer Frau.  
Das strahlende Licht eines neuen Starlets.

Das moderne Symbol eines Stars, das seine Wurzeln im klassischen Hollywood hat. Mit der E. FUNKHOUSER NEW YORK Farbkollektion 009 Paramount kann sich jede Frau in eine moderne lebende Legende verwandeln.

Verfügbar von Mai bis Oktober 2009,  
bzw. solange der Vorrat reicht.

### FARBKOLLEKTION 009 – PARAMOUNT

#### LIPPENFARBEN SET (Lippenstift 2,5 g, Lippenkonturenstift 1,3 g)

E. FUNKHOUSER NEW YORK Lippenstift und der dazu passende E. FUNKHOUSER NEW YORK Lippenkonturenstift bringen satte Farbe auf die Lippen:





**LIPPENGLOSS SET**

(Lippengloss 6 ml, Lippengloss-Konturenstift 1,1 g)

E. FUNKHOUSER NEW YORK Lippengloss und der dazu passende E. FUNKHOUSER NEW YORK Lippengloss-Konturenstift werden als Set geliefert. Man hat damit alles, was man braucht, um die Lippen zum Glänzen zu bringen.

Primo Best.-Nr. 106933  
Lippengloss Nonpareil  
Lippengloss-Konturenstift Perfection



Superlative Best.-Nr. 106934  
Lippengloss Peerless  
Lippengloss-Konturenstift Consummate


**SCHIMMERNDER KÖRPER GLITTER (2,8 g, 1,4 g)**

Pigmente mit lichtreflektierenden Eigenschaften lassen die Haut je nach Stärke des Auftrags ganz natürlich schimmern oder sinnlich strahlen. Das Set wird mit zwei Farbtönen geliefert.



Acclaim/Brilliance  
Best.-Nr. 106935


**NAGELLACK (4 x 4 ml)**

Nägel, die stehende Ovationen bekommen, sind die perfekte Ergänzung zum 'PARAMOUNT' Look und genau das, was eine echte Hauptdarstellerin braucht.

2-in-1 Grundlack/  
Überlack

Enduring

Determined

Dedicated

Everlast  
Best.-Nr. 106937


**CREME LIDSCHATTEN (5 g)**

Die sanft-cremige Formel, die der Make-up-Künstler Eddie Funkhouser selbst entwickelt hat, lässt schöne Augen noch mehr strahlen.



Prime  
Best.-Nr. 106930



Sterling  
Best.-Nr. 106929



Elevate  
Best.-Nr. 106928



Limitless  
Best.-Nr. 106927


**CREME EYE LINER (4 g)**

Eine perfekte Formel mit einer Fülle metallischer Pigmente, mit der sich Looks von dezent bis sinnlich kreieren lassen, die jedoch stets klare Konturen aufweisen. Ein speziell entwickelter Applikator wird mitgeliefert.



Memento  
Best.-Nr. 107207



Medaille  
Best.-Nr. 107208


**CREME ROUGE DUO (2 g)**

Als Ergänzung der Farbkollektion 009 wurde das Creme Rouge Duo mit zwei aufregenden Rougetönen ausgewählt, die den 'PARAMOUNT' Look perfekt unterstreichen.

Eritrea/Asmara  
Best.-Nr. 104837

Das Creme Rouge Duo ist nicht in der Sonderaktion zur Farbkollektion 009 enthalten, wird aber einzeln mit einer Preisreduzierung von 10 % angeboten.





E. FUNKHOUSER™  
NEW YORK



PROFESSIONELLE PRODUKTSERIE

Wir freuen uns, folgende Ergänzungen zur E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Professionelle Produktserie vorstellen zu können, die von Eddie Funkhouser persönlich entwickelt wurden:

#### BRONZING-PUDER (10 g)

Der E. FUNKHOUSER NEW YORK Bronzing Puder in der schicken Box mit metallischem Goldton und einem speziell entwickelten Pinsel ist ein Kunstwerk für sich.

Golden Glow  
Best.-Nr. 106936



#### FARBPALETTE FÜR LIPPEN, AUGEN UND WANGEN (9 g)

Die E. FUNKHOUSER NEW YORK Farbpaletten für Lippen, Augen und Wangen enthalten sinnliche Farbzusammenstellungen, die exklusiv von dem Make-up-Künstler Eddie Funkhouser entwickelt wurden. Die auffällige, verchromte Kompakt-Box mit integriertem Spiegel enthält äußerst vielseitige Farbtöne, die auch auf internationalen Laufstegen verwendet werden. Die Farbpalette wird in einer Samttasche geliefert und enthält Rouge-, Lidschatten- und Lippenpinsel, so dass alles vorhanden ist, was man am Tag und Abend für ein aufregendes Make-up benötigt.



Arclight Diva Best.-Nr. 106940





Wangen: Ingenue/Leading Lady

Lippen: Encore/Bravo/Ovation

Augen: Opening Night/Debut/Premier

#### AUGENBRAUENPUDER & -HIGHLIGHTER (2,5 g)

Der neu entwickelte E. FUNKHOUSER NEW YORK Augenbrauenpuder & -highlighter besteht aus drei aufeinander abgestimmten Farbtönen in einer praktischen Kompakt-Box, die alles für schöne Augenbrauen enthält.

-  Blonde  
Best.-Nr. 106919
-  Taupe  
Best.-Nr. 106920
-  Auburn  
Best.-Nr. 106921
-  Brunette  
Best.-Nr. 106922



**Wichtige Anwendungstipps erhält man online unter [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at)**

Spotlight Diva Best.-Nr. 106938

Wangen: Idol/Starlet

Lippen: Homage/Accolade/Tribute

Augen: Immaculate/Flawless/Illustrious

Luxlight Diva Best.-Nr. 106939

Wangen: Cush/Ritzy

Lippen: Lush Life/Paramount/Tres Chic

Augen: Ethereal/Frill/Legend

Eine vollständige Produktliste findet man in der E. FUNKHOUSER NEW YORK Kollektionskarte 009, **Best.-Nr. 233193** (5er-Pack). Die neuesten Looks und aktuelle Informationen zu E. FUNKHOUSER NEW YORK findet man im Brand Centre unter [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at).



# MEHR ALS NUR NATÜRLICH AUSSEHEN, DIESER PUDER IST AUSSER- GEWÖHNLICH.

ARTISTRY™ IDEAL DUALES  
PUDER-MAKE-UP LSF 18

Die federleichte, seidige Textur passt sich der Haut perfekt an und erzielt einen natürlichen Look – und das den ganzen Tag lang. Die fortschrittliche Ideal Dual Puder Technologie lässt die Haut mit Farbtönen, die sich an den individuellen Hautton anpassen, makellos aussehen. Der LSF 18 schützt vor schädlichen UV-Strahlen.

ARTISTRY™

## Fantastische NEUE Farbtöne! (12 g)

erhältlich ab 01. Mai 2009

Die ARTISTRY Ideal Make-up-  
Box wird separat verkauft –  
**Best.-Nr. 104369**  
erhältlich ab 01. Mai 2009



**Pearl**  
Best.-Nr.  
106845



**Chablis**  
Best.-Nr.  
106846



**Bone**  
Best.-Nr.  
106849



**Shell**  
Best.-Nr.  
106850



**Linen**  
Best.-Nr.  
106851



**Chiffon**  
Best.-Nr.  
106853



**Sand**  
Best.-Nr.  
106855



**Natural**  
Best.-Nr.  
106858



**Plush**  
Best.-Nr.  
106860



**Golden**  
Best.-Nr.  
106862



**Toffee**  
Best.-Nr.  
106863



**Cappuccino**  
Best.-Nr.  
106864



**Espresso**  
Best.-Nr.  
106866



**Mink**  
Best.-Nr.  
106867

Für alle Hauttypen – besonders empfohlen bei Mischhaut bis öliger Haut.

# FEUCHTIGKEIT + SCHUTZ. EINFACH PERFEKT.

ARTISTRY™ GETÖNTE  
FEUCHTIGKEITSPFLEGE LSF 15  
30 ml

erhältlich ab 01. Mai 2009

ARTISTRY™



Tint 1  
Best.-Nr.  
106265

Tint 2  
Best.-Nr.  
106266

Tint 7  
Best.-Nr.  
106271

Erhältlich in  
6 Farbtönen

Tint 3  
Best.-Nr.  
106267

Tint 6  
Best.-Nr.  
106270

Tint 5  
Best.-Nr.  
106269

Empfohlen für alle  
Hauttypen.

Eine fortschrittliche Hautpflege mit einem Hauch von Farbe. Der Haut wird intensiv Feuchtigkeit zugeführt und sie wird gleichzeitig durch Antioxidantien vor Schäden durch Freie Radikale geschützt. Für eine geschmeidige, leichte Abdeckung in Farbtönen, die sich der Haut angleichen.



# ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™ Augen-Lifting-Creme



Best.-Nr. 105532 – 15 g  
erhältlich ab 1. Mai 2009

ARTISTRY™

Öffnen Sie Ihren Kunden die Augen für den neuesten Fortschritt in der Pflege der sensiblen Augenpartie. Diese luxuriöse, reichhaltige Creme trägt dazu bei, die sichtbaren Zeichen der Hautalterung in der Augengegend zu vermeiden und zu regenerieren. Mit der enthaltenen **Derma Cell Exchange** Technologie sorgt die ARTISTRY TIME DEFIANCE Augen-Lifting-Creme für Augen mit denen man auffällt. Die zusammenwirkenden Inhaltsstoffe stellen die Elastizität der Haut wieder her und sorgen dafür, dass sie diese behält. Geschwollene Augen und dunkle Augenringe werden vermindert.

Für eine  
straffere, jünger  
wirkende  
Augenpartie.

**„86 % der Konsumenten bestätigen, dass  
ARTISTRY TIME DEFIANCE Augen-Lifting-  
Creme dazu beiträgt, kleine Fältchen  
in der Augenpartie zu reduzieren\*.“**

Weitere Informationen über ARTISTRY TIME DEFIANCE  
Produkte finden Sie im Brand Centre unter [www.amway.de](http://www.amway.de)  
bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at).

\*Verbrauchertest.

# EIN GENIESTREICH FÜR DEN PERFEKTEN AUGENAUFSCHLAG

## ARTISTRY™ TOTAL WIMPERNTUSCHE



Beim Kauf von zwei beliebigen ARTISTRY Total Wimperntuschen (siehe u.g. Bestellnummern) in einer Bestellung erhält man den speziellen Einführungspreis.

Aktionszeitraum:

1. Mai 2009 bis 31. Oktober 2009.

Einführungspreis entspricht einem Preisnachlass von 20%.

PW/GV wird entsprechend reduziert.

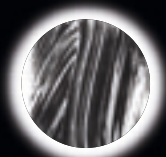
EINMAL AUFTRAGEN FÜR EINEN  
NATÜRLICHEN LOOK

ZWEIMAL AUFTRAGEN FÜR  
MEHR VOLUMEN

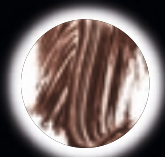
DREIMAL AUFTRAGEN FÜR  
MAXIMALE DRAMATIK



Diese NEUE multifunktionale Wimperntusche gibt Volumen, verlängert und trennt die Wimpern und hebt sie an. Die originelle Bürste sorgt dafür, dass jede einzelne Wimper gleichmäßig mit der mit Vitamin E angereicherten Textur umhüllt wird. Für lange Wimpern und einen intensiven Blick ist sie einfach genial.



Black



Dark Brown

**ARTISTRY TOTAL  
WIMPERNTUSCHE****Dark Brown**

Best.-Nr. 105616

**Black**

Best.-Nr. 105615

10 g

erhältlich ab 1. Mai 2009

**ARTISTRY TOTAL  
WIMPERNTUSCHE – WASSERFEST****Dark Brown**

Best.-Nr. 105614

**Black**

Best.-Nr. 105613

10 g

erhältlich ab 1. Mai 2009



## NEU iCook™ Brand Centre

Gesünder kochen. Besser leben. Erfahren Sie mehr über das iCook Kochgeschirr:

Besuchen Sie [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at), um sich unser neues iCook Brand Centre anzusehen. Sie finden dort alle Informationen, die Sie mittlerweile von unseren Brand Centres erwarten und noch vieles mehr!

Entdecken Sie die exklusiven iCook Technologien des VITALOK™ Garverfahrens, des OPTITEMP™ Bodens, der DURAMIC™ Antihalt-Technologie und finden Sie heraus, wie Sie und Ihre Kunden von diesen revolutionären Kochmethoden profitieren können. Rezepte, Filme und häufig gestellte Fragen, die Ihnen helfen, Ihren Kunden detaillierte Informationen zu geben, stehen Ihnen zum Herunterladen zur Verfügung. Erfahren Sie mehr über die sensationellen iCook Messer. Ihr ergonomisches Design verbessert die Balance beim Schneiden und gewährleistet Kontrolle über die Messer.



Erhöhen Sie die Anzahl Ihrer Produktverkäufe, indem Sie Ihr Produktwissen erweitern.

## eSpring™ Werbeartikel

Die eSpring Glaskaraffe und die eSpring Kunststoff-Flaschen werden aufgrund zu geringer Absatzzahlen aus dem Sortiment genommen.



eSpring Glaskaraffe  
voraussichtlich erhältlich bis Mai 2009  
**Bestell-Nr. 102595**

eSpring Kunststoff-Flaschen  
voraussichtlich erhältlich bis Juli 2009  
**Bestell-Nr. 102598**







**NEU**

## „WOW“-Video-Demonstrationen für „WOW“-Produkte – Leistung, die überzeugt!



Diese speziellen Video-Demonstrationen wurden von unserer Forschungs- und Entwicklungsabteilung eigens entwickelt und getestet und können in vielerlei Weise genutzt werden, um Ihr Geschäft mit Haushaltspflegeprodukten zu fördern.

### Welche Vorteile haben die „WOW“- Demonstrationen für Sie und Ihr Geschäft?

- Sie helfen Ihnen beim Aufbau Ihres Geschäfts mit Haushaltspflegeprodukten.
- Sie heben die qualitativ hochwertigen Inhaltsstoffe der Produkte hervor und sorgen für einen starken Produktauftritt.
- Sie sind einfach und schnell durchführbar, einprägsam und sorgen für einen „WOW“-Effekt.

### Wann ist der richtige Zeitpunkt für eine „WOW“-Demonstration?

- Bei einer Amway Produktpräsentation, einer Veranstaltung oder einem Schulungsseminar für neue Amway Geschäftspartner.
- Bei einem Verkaufsgespräch, um dem neuen oder bestehenden Kunden das Produkt und seine einmaligen Verkaufsargumente zu präsentieren.
- Bei der Anwerbung und Akquisition von neuen Amway Geschäftspartnern oder Neukunden.



Diese kurzen „WOW“-Video-Demonstrationen finden Sie unter [www.amway.de](http://www.amway.de) bzw. [www.amway.at](http://www.amway.at) in den L.O.C.™ und SA8™ Brand Centres und auch unter Geschäftsinformationen/Bibliothek.



Best.-Nr. 7485 – 500 ml

## L.O.C.<sup>TM</sup> Plus Glasreiniger

Helfen Sie Ihren Kunden, hartnäckigen Schmutz mit dem L.O.C. Plus Glasreiniger von allen Glasoberflächen bequem zu entfernen.

L.O.C. Plus Glasreiniger wurde speziell entworfen, um Schmutz mühelos zu entfernen. Er hinterlässt einen streifenlosen Glanz auf Fenstern, Spiegeln, Fernsehern\*, Computerbildschirmen\* und ähnlichem.

- Dringt schnell ein und löst effektiv Fett und Schmutz. Kein Nachwischen notwendig.
- Reinigt einfach und hinterlässt streifenlosen Glanz

\* Nicht geeignet für LCD/TFT Computer- und Fernseh-bildschirme, da diese nicht aus Glas sind.



## ARTISTRY<sup>TM</sup> Wimperntusche 200, Puder-Make-up für makellose Abdeckung LSF 10 und Kompakt-Make-up-Box

sind nicht länger erhältlich bzw. nur noch für kurze Zeit – solange der Vorrat reicht.



Im Folgenden finden Sie alle Farbtöne und Bestell-Nummern.

### Puder-Make-up für makellose Abdeckung LSF 10 (13 g)

Farbtöne	Best.-Nr.
Porcelain	101264
Cameo	101266
Buff	101267
Linen	101268
Parchment	101269
Sand	101272
Fawn	101270
Almond	101274
Carmel	101277
Cocoa	101279

### Kompakt-Make-up-Box Best.-Nr. 101280

### Wasserfeste Wimperntusche 200 (7 g)

Farbtöne	Best.-Nr.
Black	4916
Brown	4918

### Wischfeste Wimperntusche 200 (7 g)

Farbtöne	Best.-Nr.
Black	4920
Brown	4922

ARTISTRY<sup>TM</sup>



# Firmenläufe 2009 – Amway geht erstmals als TEAM NUTRILITE™ an den Start

**Amway wird in diesem Jahr zum ersten Mal als TEAM NUTRILITE an den Start der Firmenläufe in Berlin und München gehen.**

TEAM NUTRILITE ist eine weltweite Gemeinschaft sportbegeisterter Menschen – vom Freizeit- bis zum Leistungssportler – die Freude an einem ausgewogenen Lebensstil haben. Gemeinsam mit allen Amway Geschäftspartnern wollen wir das TEAM NUTRILITE in Berlin und München bekannt machen und auch andere Läufer dafür begeistern – Seien Sie dabei und werden Sie Teil des Teams!

**Amway wird ab diesem Jahr nicht mehr in roten T-Shirts an den Start gehen, sondern in neuen, hochwertigen TEAM NUTRILITE Shirts. Jeder angemeldete Geschäftspartner bekommt vor Ort das neue Lauf-Shirt gratis.**

Amway wird auch weiterhin für UNICEF laufen und spendet für jeden gelaufenen Kilometer 1,- Euro an das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen.

Nutzen Sie die letzten Tage bis zum Anmeldeschluss, um sich für die Läufe in Berlin und München zu registrieren. Auf [www.amway.de](http://www.amway.de) steht Ihnen das jeweilige Anmeldeformular zur Verfügung.

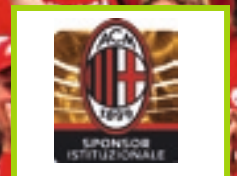
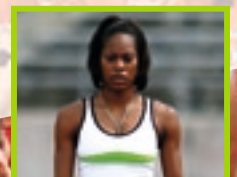
**Bitte beachten Sie die folgenden Termine und Anmeldefristen:**

Firmenlauf	Termin	Anmeldeschluss	Anmeldegebühr bei Amway
Berlin	03.07.2009	14.06.2009	7,00 €
München	23.07.2009	12.05.2009	10,00 €

**ACHTUNG:** Amway hat bei dem Veranstalter des Münchner Firmenlaufes ein Kontingent von 1.000 Starterplätzen gebucht. Informationen des Veranstalters, dass keine Anmeldungen mehr möglich sind, treffen nicht auf Amway zu!

## Das bietet Ihnen Amway:

- Amway übernimmt für jeden teilnehmenden Geschäftspartner 50 % der Startgebühren.
- Jeder Läufer erhält vor Ort ein Amway Teilnehmer Paket.
- Die Platin Organisation mit den meisten Teilnehmern erhält für jeden Läufer einen Gutschein über 30,00 Euro (einzulösen mit einer Bestellungen bei Amway). Dieser Wettbewerb gilt für jedes der beiden Events.
- Amway wird in beiden Städten mit einem großen und repräsentativen TEAM NUTRILITE™ Stand vertreten sein.
- Am Stand wird das Sportgetränk NUTRILITE™ STRIVE+ ausgeschenkt.
- In München können Sie sich mit einer Fitnesstrainerin am Stand des Amway Teams auf den Lauf vorbereiten.
- Amway wird Fotos von den Teilnehmern machen und diese im Anschluss auf Amway Online zum Download anbieten.
- Amway berichtet ausführlich über die Läufe im Amagram und Amway Aktuell.



# Nähe finden – Gemeinschaft spüren!

**Am 25. März 2009 wurde die zweite deutsche Ronald McDonald Oase in Deutschland eröffnet – die Amway GmbH und ihre Geschäftspartner unterstützten den Bau der Einrichtung anlässlich des 50. Firmenjubiläums.**

Der Hektik und der Anonymität des Klinikalltags entfliehen und in wohnlicher Umgebung zur Ruhe finden, um neue Kraft zu schöpfen: Das ermöglicht die neue Ronald McDonald Oase kleinen Patienten und deren Angehörigen in der Asklepios Kinderklinik Sankt Augustin. Am 25. März 2009 wurde die Oase gemeinsam von Amway und der McDonald's Kinderhilfe Stiftung feierlich eingeweiht.

Mit der Eröffnung der Ronald McDonald Oase reagiert die McDonald's Kinderhilfe Stiftung auf die Zunahme der ambulanten Behandlungen, die mit der Reformierung des Gesundheitssystems einhergehen. „Für kranke Kinder und ihre Familien sind Klinikaufenthalte oftmals eine große Belastung“, sagte Manfred Welzel, Vorstandsvorsitzender der McDonald's Kinderhilfe Stiftung, in seiner Eröffnungsrede. Statt mehrere Stunden in anonymen Aufenthaltsräumen oder auf der Station zu verbringen, bietet die Oase fortan die Möglichkeit, sich zwischen den Behandlungen in persönlicher Atmosphäre vom Krankenhausalltag zu erholen. „Dadurch können die kleinen Patienten und ihre Familien neue Energie für die Genesung tanken“, erklärte Welzel das Konzept der Ronald McDonald Oase.

Zur feierlichen Eröffnung der Oase, die mit artistischen Darbietungen und einem musikalischen Rahmenprogramm eingeleitet wurde, waren neben Klinikangehörigen, Mitarbeitern und selbständigen Geschäftspartnern von Amway, Unterstützer der McDonald's Kinderhilfe Stiftung, Familien und lokale Politiker anwesend. Schirmherr Tom Lehel, Comedian und Moderator, erklärte den rund 160 Gästen die Motivation für sein Engagement: „Wenn ich als Künstler in glückliche Kindergesichter schauen darf, bin ich zufrieden“, sagte der zweifache Vater, der als Moderator von Kindersendungen wie Tabaluga tivi bekannt ist.

Als gegen 12 Uhr die Ronald McDonald Oase eröffnet wurde, zeigten sich viele begeisterte Kindergesichter. Kein Wunder, denn die Oase bietet einiges. Auf 141 Quadratmetern können kleine und große Gäste sich erholen und für einen Moment ihre Sorgen vergessen. Das Design der Oase



Innenraum Oase –  
Blick in Richtung Sitzzone



Innenraum Oase –  
Blick auf die Computerecke





Impression von der Eröffnungsveranstaltung mit dem Trompeter Bruce Kapusta



Dimitri van den Oever (Geschäftsführer Amway GmbH) im Gespräch mit Andrea Hoffmann, die mit ihren Söhnen Jannick und Fabian lange Zeit in einem Ronald McDonald Haus verbrachte



Eröffnung der Ronald McDonald Oase Sankt Augustin (v.l.n.r.): Dimitri van den Oever (Geschäftsführer Amway GmbH), Prof. Dr. Gerd Horneff (Direktor des Zentrums für allgemeine Kinderheilkunde und Neonatologie), Schirmherr Tom Lehel und Manfred Welzel (Vorstandsvorsitzender der McDonald's Kinderhilfe Stiftung) mit den kleinen Patienten Jannick und Fabian



Amway Geschäftspartner Michaela und Bernhard Kany zusammen mit Dimitri van den Oever (Geschäftsführer Amway GmbH, links) und Andreas Prehofer (Distributor Relations Coordinator, rechts)

steht für Wohnlichkeit und Modernität: Lichtdurchflutete Räume, buntgemusterte Wände und eine Internetlounge.

Die Ronald McDonald Oase erlaubt ein gemeinschaftliches Erlebnis: Es gibt eine große Küche mit vielen Sitzgelegenheiten, einen Ruheraum mit Massagesessel, eine Bibliothek mit Leseareal, ein Internet- und Fernsehzimmer sowie einen großzügigen Spielbereich mit Schaukel.

„Die Ronald McDonald Oase spendet Familien, deren Kinder in der Tagesambulanz behandelt werden, eine hervorragende Möglichkeit, für kurze Zeit dem Klinikalltag zu entfliehen“, sagte Dimitri van den Oever, Geschäftsführer der Amway GmbH. Die Oasenwelt liegt nur ein paar Schritte von der Station entfernt – die Familien sind somit immer in Rufweite der Ärzte. Mit diesem Konzept ergänzen sich medizinische Diagnostik und psychosoziale Betreuung ideal.

Dimitri van den Oever lobte abschließend den Einsatz der selbständigen Geschäftspartner und der Amway Mitarbeiter: „Dank ihres Einsatzes konnten wir die Ronald McDonald Oase bereits zehn Monate nach dem offiziellen Startschuss der Aktion eröffnen. Jetzt heißt es, das Engagement weiterzuführen. Gemeinsam sind wir stark! Wir können jeden Helfer gebrauchen.“

Anlässlich des diesjährigen 50. Firmenjubiläums ist Amway in Deutschland im Jahr 2008 eine dreijährige Kooperation mit der McDonald's Kinderhilfe Stiftung eingegangen. Herzstück der Zusammenarbeit sind 5.000 Stunden freiwilliger Arbeit.

Bis 2010 leisten die selbständigen Geschäftspartner und Mitarbeiter von Amway in den 16 Ronald McDonald Häusern in Deutschland dazu ihren Beitrag. Für jede Arbeitsstunde spendet Amway 50 US-Dollar für den Bau der Ronald McDonald Oase in Sankt Augustin. In den ersten zehn Monaten wurden schon über die Hälfte der benötigten Stunden gespendet, so dass die Oase in Sankt Augustin bereits im Jahr 2009 eröffnet wurde.

Um den Erfolg des Projekts zu sichern, ist tatkräftige Unterstützung weiterhin gefordert. Informationen zum Projekt unter: [www.amway-oase.de](http://www.amway-oase.de).

Michaela und Bernhard Kany unterstützen das Projekt von Anfang an und haben mit ihrer Hilfe tatkräftig zum Bau der Oase beigetragen. Die Geschäftspartner aus Neunkirchen im Saarland waren bei der Eröffnung am 25. März 2009 in Sankt Augustin dabei. Am Rande der Veranstaltung konnten wir mit ihnen ein kurzes Gespräch führen.

**Als Geburtstagsgeschenk zum 50. Firmenjubiläum hat sich Amway entschlossen, mit Hilfe der Geschäftspartner den Bau einer neuen Ronald McDonald Oase zu unterstützen. Was halten Sie vom sozialen Engagement von Amway?**

Amway und die Hilfe für andere Menschen sind für uns nicht voneinander zu trennen. Gemeinsam mit Geschäftspartnern auf der ganzen Welt setzen wir uns für andere ein. Mit ein wenig Zeit kann so viel bewegt werden. Es ist toll, ein Teil von Amway zu sein.

**Sie haben selbst durch Ihre tatkräftige Hilfe zum Bau der Oase beigetragen. Was waren Ihre Beweggründe und wie haben Sie sich engagiert?**

Durch Amway haben wir vieles gelernt und wir konnten uns ein zweites Standbein aufbauen. Wir freuen uns, nun etwas an andere weitergeben zu können, und so einen Beitrag für das Wohl der betroffenen Familien zu leisten. Dank gilt auch unseren Geschäftspartnern, die uns mit Tatkraft unterstützten – ob Sommerfest, Kuchenbacken oder Basteln – immer waren sie zur Stelle.

**Die Oase wurde heute in einer feierlichen Veranstaltung eröffnet. Wie ist Ihr erster Eindruck von diesem neuen Rückzugsort? Wie gefällt Ihnen das Ergebnis Ihrer Arbeit?**

Toll! Die hellen Farben, die bunten Wände – einfach wunderschön! Welch Sonnenschein in der sonst nüchternen Klinik. Wir wünschen den kranken Kindern und deren Familien, dass sie hier Beistand und Ablenkung vom Krankenhausalltag finden und so viel Kraft tanken können.



## Neuer Workshop im Amway European Experience Center

# Workshop für Aktive

Sind Sie eine aktive Person – im Beruf, in der Familie, im Freundeskreis oder im Sport – und wollen mehr über NUTRILITE™ Produkte für Aktive erfahren? Die Diskussion über eine ausgewogene Ernährung und eine aktive Lebensweise ist zu einem zentralen gesellschaftlichen Thema geworden.

Damit Sie die individuell passenden Lebensmittel für Ihre körperlich aktiven Bedürfnisse auswählen können, ist Wissen auf dem Stand der neuesten Erkenntnisse notwendig. In diesem Workshop erfahren Sie Wissenswertes über unsere Produkte, sowie Fakten zur Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung im Rahmen einer aktiven Lebensweise.

### THEMEN IM WORKSHOP für AKTIVE

Im **theoretischen Teil** wird der Zusammenhang zwischen der Bereitstellung der Energie im Organismus, relevanter Nährstoffe und der NUTRILITE™ Produkte durch unseren sehr sportlichen Trainer Jürgen Fischer geschult.

Nach einer Mittagspause werden die eingenommenen Kalorien im **praktischen Teil** wieder „abgearbeitet“. Im AEEC werden aktive Übungen mit Sportbändern, Balanceboard, „Smovey“ etc. praktiziert. Diese sind sowohl von sportlichen Anfängern wie auch Profis leicht umsetzbar. Die Errechnung Ihres BMI's und „Ihr momentanes Fitnessalter“ können Sie ebenfalls feststellen.

Haben wir Ihr Interesse an mehr Aktivität geweckt!? Weitere Informationen und Auskünfte erhalten Sie bei Ihrer Upline oder kontaktieren Sie uns unter [aeec-infocenter@amway.com](mailto:aeec-infocenter@amway.com)

[www.amway-experience.com](http://www.amway-experience.com)







Amway Gesellschaft m.b.H.  
Amway European Experience Center  
Lohnergasse 2  
1210 Wien

Tel: +43 1 27757 268  
Fax: +43 1 27757 87 68  
E-Mail: aeec-infocenter@amway.com  
Web: www.amway-experience.com



## Amway European Experience Center

### AEEC Tour für neugesponserte Amway Geschäftspartner



Das Amway European Experience Center in Wien informiert über Amway als eines der weltweit führenden Direktvertriebsunternehmen, die Amway Produkte und die Amway Geschäftsmöglichkeit.

Das Center ist Trainingsort für die Geschäftspartner, wo sie zudem auch einen Einblick in die Amway Geschäftsmöglichkeit und die Geschichte des Unternehmens erhalten.

Außerdem werden Geschäftspartner in den Produktbereichen NUTRILITE™, ARTISTRY™, E. FUNKHOUSER™ NEW YORK und SA8™ Wäschepflege geschult. Im Rahmen der ganztägigen Führungen wird auch das soziale Engagement des Unternehmens vorgestellt. Die Kosten für eine AEEC Tour übernimmt Amway. Nähere Informationen erhalten Sie bei Ihrem Upline Platin.

#### TAGESABLAUF:

##### Vormittag

Konferenzraum:	Amway Geschichte & Geschäftsmöglichkeit
AMWAY Zone:	SA8™ – Demonstration
NUTRILITE™ Zone:	Geschichte & Überblick aller NUTRILITE™ Produkte
ARTISTRY™ Zone:	Überblick: ARTISTRY, TOLSOM™ und E. FUNKHOUSER NEW YORK

##### Mittags

Cafeteria	Es sind für das warme Mittagessen 9 €/Person vor Ort zu bezahlen.
Geschenkeshop	

##### Nachmittag

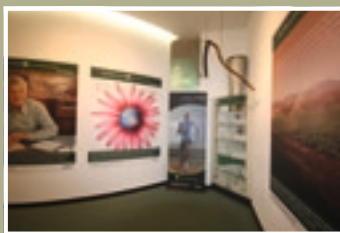
#### Praktischer Teil im AEEC

NUTRILITE™ Zone:	Fitness tests, Körperfettmessung
ARTISTRY™ Zone:	Hauttests, Einführung ARTISTRY™ Dekorative Produkte

NUTRILITE Experience



ARTISTRY und E. FUNKHOUSER NEW YORK Experience



Das Team des Amway European Experience Center – Wien  
heißt Sie herzlich willkommen!



NUTRILITE™



Wir merken, dass Wellness und Wohlbefinden immer wichtiger für die Menschen werden. Mit den NUTRILITE™ Produkten – hier speziell dem NUTRILITE Protein – fanden wir eine großartige Möglichkeit, diese Menschen bei ihren diesbezüglichen Anliegen zu unterstützen.

Die richtige Versorgung mit essentiellen Aminosäuren fördert die Zellerneuerung, optimiert den Stoffwechsel, verbessert die Struktur des Bindegewebes und das Hautbild. Ebenso für einen ausgewogenen Hormon- und Botenstoffhaushalt ist eine optimale Versorgung mit Aminosäuren entscheidend. Mit Vitamin- und Mineralstoffen, Ballaststoffen und Omega3 aus biologischen Quellen erreicht jeder einen gesünderen und vitaleren Lebensstil.



Zusätzlich mit iCook™, eSpring™, den Kosmetik- und Pflegeprodukten und den Haushaltsartikeln schaffen wir für unsere Kunden ein neues Lebensgefühl.

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

**Aloisia und Rudolf Morawetz**  
Selbständige Amway Geschäftspartner



**NEU** über Amway bestellbar:  
Qualitätsprodukte für **Arbeit, Freizeit** und **Sport** in Ihrem neuen **Partner Store!**

socksandwear

### Auszug aus dem Angebot:



#### X-Action® Extreme Funktionswäsche

Durch eine **spezielle Stricktechnik** werden die einzelnen Muskelpartien bei jeder Bewegung unterstützt und Vibrationen abgefangen. Diese Wäsche transportiert Feuchtigkeit besonders schnell nach aussen und hält so den Körper trocken. Die **Sanitized® Behandlung** verringert die Bakterien- und Pilzbildung stark.

#### Laufsocken mit S.E.P.

Exklusiv bei X-Action® Funktionssocken – der **Support.Energy.Point**: Aktiviert die Bewegungssensorik, optimiert den Bewegungsablauf, symmetrischere Belastung und bessere Regeneration.



#### Schluß mit dem Sockenchaos

**Nummerierte Socken** erleichtern das Sortieren nach der Wäsche. Die Zahlen sind beim Tragen nicht sichtbar!






**START!**

## INFOSEITE FÜR NEUE GESCHÄFTSPARTNER UND IHRE SPONSOREN

### Erfolgsgeschichte

Nicole Nispel  
Deutschland

Ich hatte noch nie etwas von Amway gehört, als mir gute Freunde im September 2008 auf einer Geburtstagsfeier von Nahrungsergänzungsmitteln der Marke NUTRILITE™ und der hervorragenden pflegenden Kosmetik von ARTISTRY™ erzählten. Ein paar Tage später trafen wir uns zum Sponsergespräch, bei dem ich vom Amway Sales- und Marketingplan erfuhr. Ich erkannte die tolle Chance, die diese Geschäftsmöglichkeit bot, denn mein Mann und ich kannten die „normale Selbständigkeit“ sehr genau. Mein Mann eröffnete vor 14 Jahren einen Heizungs- und Sanitärbetrieb und benötigte hierfür damals mehrere 10.000 DM. Ich selbst war vor der Geburt unserer drei Kinder ebenfalls selbständig. Als staatl. geprüfte Kosmetikerin und Visagistin betrieb ich ein Kosmetikstudio mit umfangreichem Angebot. Wir beide mussten, bevor wir überhaupt beginnen konnten, ein kleines Vermögen investieren und hatten dadurch ein sehr hohes Risiko. Bei Amway hatte ich nun die Möglichkeit, mit minimalen Kosten eine neue Selbständigkeit zu beginnen. Ich unterschrieb also am selben Abend den

Geschäftspartnerantrag und meine Sponsoren Maren und Torsten Stöber versorgten mich mit den wichtigsten Infomaterialien. Hoch motiviert habe ich wenige

Tage später meinen ersten Schulungsabend besucht. Dort wurde ich sehr nett und herzlich empfangen und fühlte mich gleich wohl. Nachdem ich dann auch noch meine 3 %-er Ehrung erhielt, war ich nicht mehr zu bremsen. Eine wunderbare Eigenschaft des Network Marketing ist, dass man zwar selbständig aber nicht allein ist. Die Upline ist immer da und unterstützt und motiviert mich gerne beim Geschäftsaufbau.

Ich testete nach und nach die Produkte und überzeugte mich auf diese Art und Weise persönlich von der hervorragenden Qualität. Ich habe mich intensiv mit den Schulungsmappen beschäftigt und die Produkte und Produkt-Handbücher richtig studiert. Ich berichtete nun meinen Freunden und Familienangehörigen von meiner „Neuentdeckung“ und durch meine eigene



Begeisterung sprang und springt der Funke über. Durch die breite Produktpalette kann ich je nach Bedürfnis entscheiden, von welchem Produkt ich berichte und welches ich anbiete.

Bereits wenige Wochen später wurde ich 6 %-er und im November dann 9 %-er. Mein Einsatz wurde schnell belohnt – im Februar diesen Jahres lud Amway meinen Mann und mich ins Amway Experience Center – Munich nach Puchheim ein und wir konnten uns von der Seriosität und Großzügigkeit der Firma überzeugen.



„Einen Vorsprung im Leben hat, wer da anpackt, wo die anderen erst einmal reden.“

Dieser Satz ist mein Lebensmotto, und er trifft ganz auf meine Zusammenarbeit mit Amway zu.

## Amway Zufriedenheitsgarantie:

Vergessen Sie nicht, bei Ihren Kundengesprächen die Amway Zufriedenheitsgarantie zu erwähnen. Das ist ein schlagkräftiges Verkaufsargument bei Ihren Kunden.

Amway garantiert die Qualität der Amway Produkte. Sollte Ihr Kunde mit einem Produkt nicht vollkommen zufrieden sein, kann er dieses im Rahmen der Amway Zufriedenheitsgarantie zurückgeben.

Detaillierte Informationen finden Sie in Ihrem Amway Geschäftspartnerhandbuch im Kapitel „Wie Sie Ihr Amway Geschäft aufbauen“.

### Produkteinführungen in dieser Ausgabe

E. FUNKHOUSER™ NEW YORK  
Farbkollektion 009 Paramount

E. FUNKHOUSER NEW YORK  
Ergänzungen zur Professionellen  
Produktserie

E. FUNKHOUSER NEW YORK  
Farbkollektion 009 Paramount  
Sonderaktion, Best.-Nr. 106892

ARTISTRY™ TIME DEFIANCE™  
Augen-Lifting-Creme

ARTISTRY Ideal Duales Puder-  
Make-up LSF 18

ARTISTRY Ideal Make-up-Box

ARTISTRY Getönte  
Feuchtigkeitspflege LSF 15

ARTISTRY Total Wimperntusche  
ARTISTRY Total Wimperntusche –  
Wasserfest,

## Produkteinstellungen

Wir führen fortlaufend neue, innovative Produkte ein, die Sie in Ihrer Geschäftstätigkeit unterstützen sollen. Die Sortimentspflege erfordert auch, dass Artikel ausgesondert werden, deren Produktlebenszyklus zu Ende geht und die nur noch eine geringe Rolle im Geschäft spielen.

Folgende Produkte sind nur noch erhältlich, solange der Vorrat reicht – voraussichtlich bis Juni/Juli 2009:

iCook™ Einsatzscheibe mit 4 Universalschälchen (Best.-Nr. 0144)

ARTISTRY™ Hautstraffendes  
Körpergel (Best.-Nr. 3887)

ARTISTRY™ Feuchtigkeitspendende  
Körpercreme mit AHA  
(Best.-Nr. 2780)

ARTISTRY™ Spa Kollektion  
(Best.-Nr. 100776, 100777, 100778)

ARTISTRY™ Lippencrayon:  
Adobe (Best.-Nr. 8323),  
Vintage Wine (Best.-Nr. 7791),  
Chablis (Best.-Nr. 8324),  
Clove (Best.-Nr. 7794)

E. FUNKHOUSER™ NEW YORK  
Konturenpudder:  
light (Best.-Nr. 103441),  
medium (Best.-Nr. 102590),  
medium-dark (Best.-Nr. 103442),  
dark (Best.-Nr. 103443)

## AMAGRAM™ JUNI 2009

Deutschland: Das AMAGRAM Juni 2009 wird Ihren Bestellungen, die während des Zeitraums vom 25.05.2009 bis 04.06.2009 er fasst werden, beigelegt. Der Versand der restlichen Exemplare erfolgt ab dem 12.06.2009 per Post.

Österreich: Der Versand erfolgt für alle Geschäftspartner und Special Members ab dem 25.05.2009 per Post.

## MIT AMWAY AKTUELL IN DEN SOMMER!



Endlich – der lang ersehnte Sommer ist da! Und mit ihm kommen all die Dinge, die wir so sehr lieben: Sonne, luftige Kleidung, Eis essen, Baden gehen, ein kühles Bier im Biergarten trinken, romantische Abendspaziergänge...

Dieses Heft soll Ihnen ein paar Anregungen zu den jeweiligen Produktlinien übermitteln. Dieses wunder-volle Magazin ist ideal, um dieses nach einem Gespräch bei Ihren Kunden zu lassen.

**1 Pack mit 5 Exemplaren: Best.-Nr. 9874**

**1 Pack mit 10 Exemplaren: Best.-Nr. 9814**

Willkommen in der  
Oberlausitz



Sommer-  
Haare



Augenbrauen  
Rahmen fürs Gesicht



Fit  
durch  
den  
Sommer







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 <sup>1)</sup>	Einkaufspreis exkl. MwSt.	Grundpreis EK-Preis (nur D) <sup>2)</sup>	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur A) <sup>4)</sup>	Basis-% (nur A)	unverändl. Preisempf. inkl. MwSt. (nur D) <sup>5)</sup>	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) <sup>4)</sup>	erhältlich ab bzw. von/bis
Sortimentsartikel, Produkte																
ARTISTRY™ TIME DEFIANCETM Anti-Aging																
D+A	105532	ARTISTRY™ TIME DEFIANCETM Augen-Lifting-Creme	19	15 g	18,55	27,08	●	27,08	32,23	32,49	100 g = 214,87	35%	43,50	43,87	100 g = 292,47	ab 01.05.09
ARTISTRY™ Dekorative Kosmetik																
D+A		ARTISTRY™ Ideal Duales Puder-Make-up LSF 18 106845 Pearl 106853 Clifton 106863 Toffee 106846 Chablis 106855 Sand 106864 Cappuccino 106849 Bone 106858 Natural 106866 Espresso 106850 Shell 106860 Plush 106867 Mink 106851 Liren 106862 Golden	17	12 g	8,93	13,03	●	13,03	15,51	15,64		35%	20,95	21,11		ab 01.05.09
D+A		ARTISTRY™ Getönte Feuchtigkeitspflege LSF 15 106265 Tint 1 106267 Tint 3 106270 Tint 6 106266 Tint 2 106269 Tint 5 106271 Tint 7	18	30 ml	9,80	14,31	●	14,31	17,03	17,17		35%	23,00	23,18		ab 01.05.09
D+A		ARTISTRY™ Total Wimperntusche 105615 Black 105616 Dark Brown	20-21	10 g	9,38	13,69	●	13,69	16,29	16,43		35%	22,00	22,18		ab 01.05.09
D+A		ARTISTRY™ Total Wimperntusche – Wasserfest 105613 Black 105614 Dark Brown	20-21	10 g	9,38	13,69	●	13,69	16,29	16,43		35%	22,00	22,18		ab 01.05.09
ARTISTRY™ Kosmetik Accessoires																
D+A	104369	ARTISTRY™ Ideal Make-up Box	17	1 Stück	4,22	6,16	►	12,31	14,65	14,77		35%	19,80	19,94		ab 01.05.09
D+A	105149	ARTISTRY™ Schwämmchen für Ideal Duales Puder-Make-up LSF 18	-	1 Stück	0,12	0,17	►	0,34	0,40	0,41		35%	0,55	0,55		ab 01.05.09
NUTRILITE™																
D+A	106888	NUTRILITE™ Calcium Magnesium (210 Tabletten/ 145 g)	-	1 Stück	10,32	15,07	●	15,07	16,12	16,58		30%	20,95	21,55		seit März 09 (vorher Best.-Nr. 5848)
Drucksachen, allgemein produktbezogen																
D+A	9874	Amway Aktuell Ausgabe 2/2009	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		3,80	4,52	4,56		-	-,-	4,56		01.05.-31.08.09
D+A	9814	Amway Aktuell Ausgabe 2/2009 (preisreduziert)	-	1 Pack m. 10	-,-	-,-		7,25	8,63	8,70		-	-,-	8,70		01.05.-31.08.09
Verlängerung des Amway Geschäftes																
D+A	9990	Späterverlängerung der Amway Geschäftspartnerschaft	-	1 Stück	-,-	-,-		34,00	40,46	40,80		-	-,-	40,80		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																
D+A	233137	50 Jahre Amway Kunden-Faltprospekt	2	1 Pack m. 10	-,-	-,-		0,90	1,07	1,08		-	-,-	1,08		01.04.-31.12.09
D	234189	50 Jahre Amway Aktionsbroschüre	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		1,25	1,49	1,50		-	-,-	1,50		

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 <sup>1)</sup> ● = 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 <sup>2)</sup> 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

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

A <sup>4)</sup> Grundpreis = lt. Preisangebotsgesetz 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

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

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

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



Land	Best.-Nr.	Bezeichnung	AMAGRAM Seite	Inhalt Gewicht	PW	GV	GV/EK-Verhältnis <sup>1)</sup>	Einkaufspreis exkl. MwSt.	Grundpreis EK-Preis (nur D) <sup>2)</sup>	MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur A) <sup>2)</sup>	Basis-% (nur A)	unverbindl. Preistempl. inkl. MwSt. (nur D) #	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) <sup>2)</sup>	erhältlich ab bzw. von/bis
Sonderartikel																
D+A	234054	Amway Schlüsselanhänger mit Einkaufswagenchip	-	1 Pack m. 5	-,-	-,-		7,50	8,95	9,00		-	-,-	9,00		erhältlich ab 01.04.09, solange Vorrat reicht
D+A	1355	AMWAY™ Sprühdispenseflasche	-	1 Stück	0,28	0,39	▶	0,78	0,93	0,93		30%	1,20	1,21		
D+A	101712	AMWAY™ Sprühflasche mit Dosiergriff	-	1 Stück	0,37	0,52	▶	1,04	1,24	1,25		30%	1,60	1,62		bis 31.12.09 (Produktver- fügbarkeit vorausgesetzt)
D+A	103972	AMWAY™ Saugpumpe für 1-L-Produkte	-	1 Stück	0,33	0,47	▶	0,94	1,12	1,12		30%	1,45	1,46		
D+A	233303	50 Jahre Amway Jubiläumspapiertasche, groß	-	1 Stück	-,-	-,-		0,25	0,30	0,30		-	-,-	0,30		
D+A	233304	50 Jahre Amway Jubiläumspapiertasche, klein	-	1 Stück	-,-	-,-		0,20	0,24	0,24		-	-,-	0,24		01.04.-31.12.09
D+A	233305	50 Jahre Amway Jubiläumspapiertasche (10 große, 30 kleine)	-	1 Pack m. 40	-,-	-,-		7,50	8,93	9,00		-	-,-	9,00		
ARTISTRY™ – Dekorative Kosmetik – Sonderaktion																
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 i.H.v. 10 % bei vollem PW/GV	-	1 Set	124,80	182,17	●	163,95	195,10	196,74		35%	263,40	265,60		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 i.H.v. 10 % bei vollem PW/GV	-	1 Set	46,80	68,32	●	61,49	73,17	73,79		35%	98,80	99,61		solange Vorrat reicht
ARTISTRY™ Frühjahr-/Herbstkollektionen																
Frühjahrskollektion 2009 – NATURALE INSPIRATION																
D+A	107083	ARTISTRY™ Set mit vier Lidschatten, Insight	-	1 Set	12,48	18,21	●	18,21	21,67	21,86		35%	29,25	29,50		01.03. - 31.08.2009 bzw.
D+A	107088	ARTISTRY™ Set mit vier Lidschatten, Revelation	-	1 Set	12,48	18,21	●	18,21	21,67	21,86		35%	29,25	29,50		solange Vorrat reicht
Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C009																
Paramount																
D+A		Lippenfarben Set 106932 Absolute 106931 Unsuspassed	14-15	2,5 g + 1,3 g	12,15	17,73	●	17,73	21,10	21,28		35%	28,50	28,73		
D+A		Lippengloss Set 106933 Primo 106934 Superlative	14-15	6 ml + 1,1 g	12,02	17,55	●	17,55	20,88	21,06		35%	28,20	28,43		
D+A	106937	Nagellack Everlast	14-15	4 x 4 ml	9,54	13,93	●	13,93	16,58	16,71		35%	22,40	22,57		bis 31.10.2009 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	106935	Schimmernder Körper Glitter Acclaim/Brilliance	14-15	2,8 g + 1,4 g	11,98	17,48	●	17,48	20,80	20,98		35%	28,10	28,32		
D+A		Creme Lidschatten 106927 Limitless 106928 Elevate	14-15	5 g	8,63	12,59	●	12,59	14,98	15,11		35%	20,25	20,40		

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

D+A <sup>1)</sup> ● = 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 <sup>2)</sup> 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 <sup>3)</sup> 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)

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

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

**Bitte beachten:**  
Dank Ihrer Aufmerksamkeit und der zahlreichen Rückmeldungen konnten wir feststellen, dass der Preis für die einzeln erhältlichen 50 Jahre Amway Jubiläumspapiertaschen (groß, klein) im April 2009 jeweils 5 Cent pro Tasche zu niedrig war. Daher gilt ab 1. Mai 2009 ein neuer Preis. Wir werden jedoch für den April keinerlei Nachbelastungen vornehmen. Der Preis für das Set (10 große, 30 kleine) bleibt jedoch gleich.





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 <sup>1)</sup>	Einkaufspreis exkl. MwSt.	MwSt. (nur D) <sup>2)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur D) <sup>2)</sup>	Einkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis EK-Preis (nur A) <sup>2)</sup>	Basis-% (nur A)	unverändl. Preismögl. (nur D) #	Verkaufspreis inkl. MwSt. (nur A) <sup>3)</sup>	Grundpreis Verkaufspreis (nur A) <sup>2)</sup>	erhältlich ab bzw. von/bis
<b>Sonderartikel</b>																	
<b>Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK C009</b>																	
<b>Paramount</b>																	
D+A		Crene Eye Liner 107207 Memento 107208 Medaille	14-15	4 g	7,58	11,06	●	11,06	13,16		13,28		35%	17,75	17,92		bis 31.10.2009 bzw. solange Vorrat reicht
D+A	104837	Crene-Rouge Duo Eritrea/Asmara (10 % preisreduziert)	14-15	2 g	10,43	15,23	●	15,23	18,12		18,27		35%	24,45	24,67		
<b>Kosmetik Dekorativ – E. FUNKHOUSER™ NEW YORK</b>																	
<b>Professionelle Produktserie</b>																	
D+A		Farbpalette für Lippen, Augen und Wangen 106938 Spotlight Diva 106940 Arclight Diva 106939 Luxlight Diva	16	9 g	22,69	33,12			39,41		39,74		35%	53,20	53,65		
D+A		Augenbrauenpuder & -highlighter 106919 Blonde 106921 Auburn 106920 Taupe 106922 Brunette	16	2,5 g	10,06	14,69			17,48		17,63		35%	23,60	23,80		solange Vorrat reicht
D+A	106936	Bronzing Puder Golden Glow	16	10 g	22,91	33,44			39,79		40,13		35%	53,70	54,17		
<b>Drucksachen E. FUNKHOUSER™</b>																	
D+A	233193	E. FUNKHOUSER™ NEW YORK Kollektionskarte 009	16	1 Pack m. 5	-,-	-,-		2,75	3,27		3,30		-	-,-	3,30		
<b>Sonderaktion E. FUNKHOUSER™</b>																	
D+A	106892	Sonderaktion Farbkollektion 009 (10 % Preisreduzierung bei vollem PW/GV, bei Kauf des Pakets zur Farbkollektion 009), Crene Rouge Duo nicht enthalten	-	1 Set	119,54	174,45	●	158,85	189,01		190,64		35%	255,32	257,37		vom 01.05.2009 bis 31.05.2009 bzw. solange Vorrat reicht
<b>NUTRILITE™ Werbeartikel</b>																	
D+A	231512	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. S	-	1 Stück	13,83	20,19	►	40,37	48,04		48,45		30%	62,45	62,98		seit 1.11.2008
D+A	231513	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. M	-	1 Stück	13,83	20,19	►	40,37	48,04		48,45		30%	62,45	62,98		solange Vorrat reicht
D+A	231514	Ronaldinho Fußballtrikot, Gr. L	-	1 Stück	13,83	20,19	►	40,37	48,04		48,45		30%	62,45	62,98		
<b>DVD – Sonderaktion</b>																	
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		
<b>Werbeartikel</b>																	
D+A	216899	Werbeerstärkende Postkarten	-	1 Pack m. 20	-,-	-,-		2,50	2,98		3,00		-	-,-	3,00		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); ► = Teil-GV (Teil des EK-Preises exkl. MwSt.; Best.-Nr. im Katalog in Blau); kein Eintrag = kein GV

D 2) Grundpreis = lt. Preisangabenvorordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Solanwendung

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

3) Grundpreis = lt. Preisangabenvorordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Solanwendung

4) Grundpreis = lt. Preisangabenvorordnung der Preis inkl. MwSt. auf der Basis einer Mengeneinheit (1 kg/1 bzw. 100 g/100 ml) bzw. bei Waschmitteln auf der Basis einer Solanwendung

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 19 % bei Nahrungsergänzungsmitteln, Nahrungsmitteln und Tiernahrung.

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

# Peter Island™ Sonnenschutz

**Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden ihrer Haut diesen Sommer etwas Gutes tun, indem sie sie mit PETER ISLAND™ Sonnenschutzprodukten schützen.**

Alle Produkte enthalten Aloe Vera und Vitamin E, um die Haut vor Freien Radikalen, die zu sichtbaren Zeichen früher Hautalterung führen können, zu schützen.



PETER ISLAND LSF 15  
Sonnenschutzlotion,  
250 ml  
Best.-Nr. 103172

PETER ISLAND LSF 30  
Sonnenschutzlotion,  
250 ml  
Best.-Nr. 103173

PETER ISLAND  
Après Lotion,  
250 ml  
Best.-Nr. 103176

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