



# Standarder for digitale kommunikasjoner

**Amway**

# Standarder for digitale kommunikasjoner

DIGITALE KOMMUNIKASJONER ER ELEKTRONISKE OVERFØRINGER (VANLIGVIS VED HJELP AV DATAMASKINER ELLER MOBILENHETER) AV TEKST, BILDER, VIDEO, TALE OG ANDRE TYPER INFORMASJON. DETTE OMFATTER, UTEN BEGRENSNINGER, ALLE INNLEGG OG PUBLIKASJONER SOM BLIR GJORT TILGJENGELIG I DEN DIGITALE SFÆREN, INKLUDERT E-POSTER, VIDEOER, DIREKTESTRØMMING, DIGITALE BEGIVENHETER, PODKASTER, BLOGGINNLEGG, MOBILAPPER, REKLAME, FORUM, NETTSIDER OG GJENNOM SOSIALE MEDIA ELLER MELDINGSPLATTFORMER SOM FOR EKSEMPEL FACEBOOK®, YOUTUBE®, INSTAGRAM®, TWITTER®, WECHAT®, VK®, LINE®, LINKEDIN®, WHATSAPP® ELLER SNAPCHAT® («DIGITALE KOMMUNIKASJONER»).

## PÅKREVD OVERHOLDELSE

ABOer må overholde Amways forretningspolitikk og andre standarder og retningslinjer fra Amway, spesielt europeiske retningslinjer for salgsstøttmateriell (BSM) og digitale kommunikasjonsstandarder, med hensyn til alle digitale kommunikasjoner om Amways forretningsmulighet, Amway-produkter eller Amway-tjenester (direkte eller indirekte), eller når de digitale kommunikasjonene utgjør forretningsstøttmateriell (FSM) som definert i Amways forretningspolitikk.

ABOer må alltid etterleve relevante lover og forskrifter samt bruksvilkårene for de digitale plattformene de bruker.

ABOer må være sannferdige, presise og ikke komme med villedende påstander.

Amway kan kreve at en ABO fjerner, tilbakekaller, sletter eller endrer Digitale kommunikasjoner, eller iverksetter andre tiltak på forespørsel fra Amway.

Vær oppmerksom på at eksemplene i dette dokumentet kun er eksempler, og at de derfor ikke dekker alle scenarioer som er tillatt eller ikke tillatt.

## FORBUDTE KOMMUNIKASJONER – SØPPELPOST

ABOer må aldri sende ut søppelpost.

Søppelpost defineres som Digitale kommunikasjoner som sendes ut til enkeltpersoner som ABOen ikke har et eksisterende, personlig forretningsforhold til (dvs. felles og direkte forretningsinteraksjon mellom ABOen og enkeltpersonen som skjer før ABOen introduserer Amways forretningsmulighet eller Amway-produkter.

Kommunikasjoner som sendes til personer som ikke har gitt samtykke til å motta slike kommunikasjoner, eller til enkeltpersoner som har meldt seg av e-postlisten, dvs. som har uttrykkelig bedt om å ikke motta fremtidige kommunikasjoner, defineres også som søppelpost.

Enkeltpersoner gir samtykke til å motta kommunikasjoner hvis de søker etter, og velger å følge, like, kommentere, abonnere på eller på andre måter vise at de ønsker å motta Digitale kommunikasjoner.

## BYGGE INTERNETTSAMFUNN

Internettsamfunn er grupper av enkeltpersoner som bruker Digitale kommunikasjoner til å diskutere interesser eller andre emner. ABOer kan opprette internettsamfunn for å diskutere Amways forretningsmulighet ved hjelp av trykk- og trekk-kommunikasjon. Ved å bruke trykk- og trekktilnærmingene som er beskrevet under, kan ABOer unngå å gå i søppelpost-fellen. En ABO skal under ingen omstendigheter, direkte eller indirekte, overtale, bistå eller forsøke å oppmuntre en annen ABO innenfor eller utenfor vedkommendes samfunn til å be om endringer i sponsorlinjen (LOS).

## Opprett ditt eget internettsamfunn ved hjelp av trekk-kommunikasjon

ABOer kan legge ut innhold i et offentlig eller privat miljø slik at andre kan finne innholdet og gi samtykke til å motta kommunikasjoner. Dette kalles trekk-kommunikasjon. Trekktilnærming betyr at en ABO lager eller bruker innhold i digitale eiendommer som eies eller kontrollerer av ABOen selv, slik at enkeltpersoner må søke etter og velge å følge, like, engasjere seg eller abonnere på, eller på annen måte uttrykkelig vise at de ønsker å motta digital kommunikasjon, og at de på denne måten gir samtykke. Når du bygger et nettsamfunn, betyr dette at kommunikasjoner innad i nettsamfunnet ikke klassifiseres som søppelpost, siden medlemmer av nettsamfunnet har valgt å ta kontakt med en ABO.

### Eksempler på trekk-kommunikasjon:

- En person finner bloggen til en ABO og velger å kommentere. Det er nå **tillatt** for ABOen å kommunisere med personen fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen, og fordi personen aktivt fant fram til bloggen og ga sitt samtykke til å være med i nettsamfunnet ved å kommentere blogginnlegget.
- En ABO oppretter en offentlig Facebook-side for Amway- forretningen sin. Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen, og fordi andre må gi samtykke til å være med i nettsamfunnet for å se flere innlegg.
- En ABO oppretter emneknaggen #LivetmedAmway og en annen person finner ABOen gjennom et Instagram-søk. Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen der emneknaggen ble lagt ut, og fordi en annen person fant det og viste interesse for ABOen nettsamfunn på Instagram (og ga med andre ord samtykke).
- En ABO tvitrer om Artistry Light Up Lip Gloss på den offentlige Twitter-profilen sin. En annen person søker på Twitter og finner og liker twittermeldingen. ABOen følger opp kontakten ved å tvitre til henne. Dette er **tillatt** fordi den andre personen likte twittermeldingen og dermed viste interesse for ABOens nettsamfunn (og ga med andre ord samtykke).
- En ABO legger ut en lenke som markedsfører Amway- nettsiden hans, i kommentarene til en offentlig YouTube-video. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen verken eier eller kontrollerer den digitale eiendommen (YouTube-kanalen) der han kommenterer.

## Opprett ditt eget internettsamfunn ved hjelp av trykk-kommunikasjon

Trykktilnærming betyr at en ABO kontakter enkeltpersoner direkte, eller «trykker» innhold ut til digitale eiendommer. Det finnes to typer trykk-kommunikasjon som kan brukes under bygging av nettsamfunn. En er tillatt og den andre er ikke tillatt.

**Trykk-kommunikasjon – tillatt:** Det er tillatt for en ABO å sende digitalt innhold til enkeltpersoner som vedkommende har et personlig, eksisterende forretningsforhold til, siden de allerede er med i et samfunn som eies av ABOen. I tillegg kan en ABO «trykke» Digitale kommunikasjoner ut til enkeltpersoner som har gitt samtykke til og vist interesse i å bli med i ABOens samfunn.

### Trykk-kommunikasjon – eksempler på handlinger som er tillatt:

- En ABO sender direkte melding om Nutriway-produkter til noen som følger ham på Instagram. Dette er **tillatt** fordi den andre personen har gitt samtykke ved å følge ABOen på Instagram.
- En ABO legger ut skjønnhetstips på sin profesjonelle Facebook-side, og noen finner og liker innlegget. ABOen sender deretter en direkte melding til den aktuelle personen for å diskutere produktene. Dette er **tillatt** fordi den andre personen har gitt samtykke ved å like Facebook-innlegget.
- En ABO møter noen på et arrangement. De blir enige om at ABOen kan ta kontakt om Amways forretningsmulighet, og ABOen sender senere en privat melding i WhatsApp. Dette er **tillatt** fordi den andre personen ba om å bli kontaktet om forretningsmuligheten.
- En ABO er eneste eier av en Facebook-gruppe om fritidsbåter og legger ut innhold om Amway-produkter for rengjøring av båter. Så sant ABOen overholder reglene for den digitale eiendommen, er dette **tillatt**.
- En enkeltperson i en internetgruppe er på utkikk etter en henvisning og legger ut meldingen «Leter etter en Amway-distributør». En av de andre gruppemedlemmene oppgir navnet på en ABO som deretter følger opp med en privat melding. Dette er **tillatt** fordi den andre personen ba om en henvisning og ga dermed samtykke til at ABOen kunne kontakte vedkommende.

**Trykk-kommunikasjon – ikke tillatt:** Det er ikke tillatt for ABOer å sende Digitale kommunikasjoner til

enkeltpersoner som vedkommende ikke har et personlig, eksisterende forretningsforhold til, eller personer som ikke har gitt samtykke til å motta kommunikasjoner. Dette blir sett på som søppelpost og er ikke tillatt fordi de aktuelle personene ikke er med i ABOens nettsamfunn.

### Trykk-kommunikasjon – eksempler på handlinger som ikke er tillatt:

- En ABO sender en melding til en enkeltperson han fant på en diskusjonstavle i en gruppe. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen ikke har et personlig, eksisterende forretningsforhold til denne personen, og vedkommende har heller ikke gitt samtykke til å motta kommunikasjoner eller til å bli med i nettsamfunnet til ABOen.
- En ABO som er medlem av en stor, profesjonell teknisk organisasjon, får tak i en medlemsliste med e-postadresser, og inviterer alle til et prospekteringsmøte via epost. Dette er **ikke tillatt** fordi medlemskap i en profesjonell organisasjon og bruk av en e-postliste fra denne organisasjonen ikke utgjør et personlig, eksisterende forretningsforhold, og innebærer heller ikke at mottakerne har gitt samtykke til å bli med i nettsamfunnet til ABOen.
- En ABO sender en direktemelding om Amways forretningsmulighet gjennom LinkedIn, til et medlem i en gruppe for folk som har studert ved en viss høyskole. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen verken eier eller kontrollerer LinkedIn-gruppen, og fordi ABOen ikke har et personlig, eksisterende forretningsforhold til medlemmet, som derfor ikke er med i nettsamfunnet til ABOen.

### Innhold for private miljøer kun for ABOer, med unntak av direktestrømming:

ABOer kan legge ut eller sende følgende typer innhold i lukkede ABO-samfunn:

- Lister over tilgjengelig og registrert/godkjent forretningsstøttmateriell (BSM).
- Informasjon om promotering i forbindelse med ABO-opplæring, inkludert, uten begrensninger, arrangementsdatoer og billettpriser.

### Forbudt innhold for alle miljøer

Det er ikke tillatt for ABOer å legge ut følgende innholdstyper i private eller offentlige nettsamfunn:

- Informasjon om sponsorlinjer (LOS).
- Materialer av konfidensiell og/eller forretningssensitiv karakter, inkludert, uten begrensninger, opplysninger om produkter som ikke er lansert, endringer i ledelsen, nedleggelse av produksjonsanlegg, oppkjøp, osv.

### Kommunikasjon innbyrdes i et nettsamfunn

Så snart en enkeltperson har samtykket i å være med i nettsamfunnet til en ABO, er alle typer kommunikasjon med vedkommende tillatt, uansett om det er trykk eller trekk, så lenge de overholder regler, retningslinjer og standarder. Det er imidlertid nødvendig å bruke trykk- eller trekk-metodene ved oppbyggingen av samfunnet, og tilnærmingen må overholde retningslinjene under.

## INTRODUKSJON AV AMWAYS FORRETNINGSMULIGHET

ABOer kan prospektere og introdusere Amways forretningsmulighet til kunder og mulige nye ABOer. Dette kan omfatte handlingsdrivere i digitale eiendommer som ABOen eier eller kontrollerer, forutsatt at vedkommende har gitt samtykke (trekk-kommunikasjon). Alternativt, kan en ABO prospektere en enkeltperson som han eller hun har et eksisterende forretningsforhold til (trykk-kommunikasjon).

### Brukergenerert innhold

Det er tillatt for ABOer å markedsføre Amways forretningsmulighet og produkter ved å legge ut brukergenerert innhold som videoer, lydfiler, bilder (produkter, mennesker eller annet) og bilder av seg selv (selfier) med eller uten Amway-produkter, forutsatt at teksten som følger med er sannferdig, presis og ikke villedende.

Brukergenerert innhold som kun inneholder Amway-eide varemerker (produkt- eller merkenavn / logoer), eller Amways-produktbilder, kan ikke brukes som profilbilde, forsidebilde eller tilsvarende relevant område på den digitale eiendom.

### Eksempler på prospektering:

- En ABO legger ut en selfie på Instagram-kontoen sin med et Amway-produkt, og legger til en handlingsdriver: «Send meg en direkte melding for å finne ut mer om Amways forretningsmulighet». Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen, og fordi de som velger å sende direkte melding gir samtykke til å motta ytterligere informasjon.
- En ABO retvittrer et innlegg fra Amways offisielle Twitter-konto om det å bli en Amway-forretningseier. I twittermeldingen nevner ABOen fordelene ved å bli forretningseier og ber følgerne sine om å ta kontakt hvis de vil registrere interesse. Dette er **tillatt** fordi de som velger å følge opp gir samtykke til å motta ytterligere informasjon om muligheten.
- En ABO legger ut en video om rekruttering til Amway- forretningen sin på bloggen til en venn. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen verken eier eller kontrollerer den digitale eiendommen, og fordi de som leser bloggen ikke har gitt samtykke til å motta denne typen kommunikasjoner.

## SALGSAKTIVITETER

En ABO kan markedsføre produkter for salg til kunder og mulige nye kunder. Dette kan omfatte bruk av handlingsdrivere i digitale eiendommer som ABOen eier eller kontrollerer, forutsatt at personen markedsføringen er myntet på har gitt samtykke til å være med i ABOens nettsamfunn.

ABOen gjennomfører kanskje den faktiske salgstransaksjonen gjennom:

- sin egen PRP-side tilgjengelig gjennom Amway på nettet
- vedkommendes godkjente nettsted

ABOen kan alltid gjennomføre den faktiske salgstransaksjonen utenfor internett.

### Priser

En ABO kan ikke inkludere prisinformasjon (produktpris eller eventuelle rabatter til produktprisen) i en digital eiendom eller digital kommunikasjon, bortsett når det inngår i:

- En privat person til person digital kommunikasjon som teksting, direkte meldinger, e-post, osv.
- En direkte kobling eller post som deles fra en offisiell Amway digital eiendom.

ABOen kan inkludere prisinformasjon i enhver digital eiendom knyttet til detaljhandel av Amway-produkter, nemlig:

- Hans/hennes personlige webside (PRW).
- Hans/hennes Amway-godkjente nettbutikk.

### Brukergenerert innhold/produkt plassering

Det er tillatt for ABOer å selge i henhold til de digitale kommunikasjonsstandarder ved å legge ut brukergenerert innhold som videoer, lydfiler, bilder (produkter, mennesker eller annet) og bilder av seg selv (selfier) med eller uten Amway-produkter, forutsatt at teksten som brukes som en del av innholdet er sannferdig, presis og ikke villedende. Brukergenerert innhold som bare inneholder Amway-eide varemerker (produkt- eller merkenavn / logoer), eller Amway- produktbilder, kan ikke brukes i profilbilder, forsidebilder eller tilsvarende relevant område på den digitale eiendom. Det er ikke tillatt for ABOer å bruke personer som ikke er ABOer (viktige påvirkere, kunder osv.) til å selge eller reklamere for Amway-produkter og -tjenester, eller tillate at dette skjer. Dette omfatter bruk av villedende taktikker for å øke produktsalget eller populariteten til ABOens digitale eiendommer.

### Eksempler på salgsaktiviteter:

- En ABO legger ut en handlingsdriver på Facebook-siden til Amways amerikanske hovedkvarter for å oppmuntre folk til å kjøpe produkter fra henne. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen verken eier eller kontrollerer Facebook-siden til Amways amerikanske hovedkvarter.
- En ABO bruker en YouTube-videoblogger til å selge Amway-produkter og promotere ABOens forretning. Videobloggeren kan promotere Amway-produkter og henvise til ABOen, forutsatt at videobloggeren ikke mottar kompensasjon for promoteringen og henvisningen. Videobloggeren kan derimot ikke selge Amway-

produkter direkte, siden vedkommende er en tredjepart som handler på vegne av ABOen og ikke er autorisert til å selge Amway-produkter.

## DIGITALE BLANDINGSKANALER OG GJENSIDIG UTNYTTELSE AV ANDRE SAMFUNN OG FORRETNINGER

En digital blandingskanal er en kanal som kombinerer flere personlige interesseområder eller forretninger på én av en ABOs personlige digitale eiendommer. Det er tillatt for ABOer å blande Amway-forretningen med andre sosiale samfunn og forretninger, og å utnytte disse til gjensidig fordel for de aktuelle forretningene. Dette betyr at ABOen kan selge Amway-produkter til, og prospektere kontakter ABOen har knyttet gjennom andre samfunn og forretninger, gjennom blandingskanaler ABOen eier eller kontrollerer. Dette betyr også at ABOen kan utnytte Amway-samfunnet sitt gjennom den samme blandingskanalen, og promotere, anbefale og selge produkter fra andre forretninger og prospektere kontakter ABOen har knyttet gjennom Amway, forutsatt at ABOen ikke er, eller har vært, kvalifisert som Diamond eller høyere, og ikke misbruker\* innflytelsen sin over downlines i forretningsgruppen.

\*Misbruk omfatter, men er ikke begrenset til å uttale eller antyde at en ABO må kjøpe et anbefalt eller promotert produkt fra andre enn Amway, for å lykkes med forretningen sin. Sponsorere og uplines må ikke foreslå, legge press på eller kreve at downlines kjøper produkter fra andre enn Amway som en betingelse for å motta støtte eller hjelp med Amway-forretningen sin.

En blandingskanal kan ikke brukes bare til én enkelt, kommersiell forretning eller til netthandel, så den kan for eksempel ikke brukes som en e-handelsplattform for salgstransaksjoner. ABOen kan heller ikke bruke offisielle digitale eiendommer som tilhører Amway, eller sine egne digitale eiendommer som er dedikert til Amway, til å prospektere andre ABOer eller kunder angående medlemskap, tjenester eller produkter i andre forretninger. Omvendt kan ABOer ikke bruke sin/ sine ikke-Amway forretningsspesifikke eiendom for å markedsføre eller selge Amway-produkter eller -tjenester eller fremme Amway forretningsmuligheten. En blandet digital eiendom må overholde vilkårene for den aktuelle eiendom, samfunn eller forretning.

### ABOer kan ikke blande eller gjensidig utnytte følgende forretninger eller samfunn:

- Produkter eller konkurrerende foretak, fra direktosalgs- eller nettverkmarkedsføringsforretninger (MLM).
- Produkter og tjenester som det ikke er lov å selge på nettet, eller som krever spesielle lisenser eller tillatelser, lån, finansinvesteringer, juridiske tjenester, medisinske tjenester, osv.
- Kontroversielle forretninger eller livsstiler, f.eks. pornografi, tobakk, politikk, alternativ medisin, religion, pengespill, investeringsprosjekter, mv.
- Tjenester som mentoring, livsstilscoaching, ekteskapsrådgivning, spirituell rådgivning, foredragsholding eller tjenester i forbindelse med næringsutvikling.
- Tjenester som brukes som et skalkeskjul for å tiltrekke seg mulige prospekter, men som tilbyr andre produkter, tjenester eller interesser enn Amway-produkter eller Amways mulighet.

ABOer kan i tillegg blande og utnytte direkte konkurrerende produkter med samme funksjonalitet som produkter i Amways produktportefølje. ABOer kan imidlertid ikke selge produktene i eller gjennom blandingskanalen sin, og de kan heller ikke motta kompensasjon i form av penger i bytte mot blanding og utnytting av slike produkter.

Salgstransaksjoner for Amway-produkter må behandles separat fra salgstransaksjoner for andre produkter i blandede nettsamfunn. ABOer kan ikke pakke Amway-produkter sammen med andre merker som en del av en kampanje eller et tilbud.

### Eksempler på blandingskanaler og gjensidig utnyttelse av andre samfunn og forretninger:

- En ABO er en sykkelentusiast som diskuterer og deler ideer med andre sykkelentusiaster på sin egen, personlige digitale eiendom (ikke nettbutikk). Hun bruker samme digitale eiendom til å promotere en sunn livsstil med Nutriway-produkter, og til å selge sykkelutstyr. Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen, den er ikke kun en nettbutikk og alle som kan se innholdet har gitt samtykke til å bli med i samfunnet.
- En ABO legger ut et innlegg på bloggen sin med en liste over fem av favorittleppestiftene sine, blant annet en fra Artistry. Dette er **tillatt** fordi den digitale kanalen er eid og kontrollert av ABOen, og hun har lov til å blande og utnytte andre produkter som konkurrerer direkte med Amway-produkter, så lenge hun ikke selger dem i eller gjennom den digitale kanalen, eller mottar kompensasjon i form av betaling for å legge ut informasjon om konkurrerende produkter.

- En ABO legger ut informasjon om forretningen sin på Instagram-kontoen til en restaurant han eier. Dette er **ikke tillatt** fordi den digitale kanalen kun er brukt for restauranten som er en selvstendig, kommersiell forretning.
- En ABO er musiker og administrerer et nettsted hvor hun promoterer og selger musikken sin. ABOen direktestrømmer informasjon om en kommende turné på Facebook-siden til Amway-forretningen sin, og oppfordrer andre ABOer til å kjøpe billetter til konsertene. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen bruker en Amway-spesifikk digital kanal til å oppfordre andre til å kjøpe billetter til en forretning som ikke er tilknyttet Amway.
- En ABO oppretter et nettsted som promoterer et firma som driver med livsstilscoaching. En person finner nettstedet og møter ABOen, men oppdager at ABOen bruker nettstedet til å rekruttere enkeltpersoner til å bli Amway-forretningseiere. Dette er **ikke tillatt** fordi forretningen er en fiktiv forretning og informasjonen som ble oppgitt var villedende.

## REKLAME OG PROMOTERING

Det er tillatt for ABOer å reklamere ved hjelp av gratis bedriftsoppføringer i søkemotorer. Dette kan inkludere bruk av handlingsdrivere, men må bruke én av de følgende Amway-godkjente malene (lokaliser for ditt marked). Alle andre formater må godkjennes av Amway på forhånd for å sørge for, uten begrensninger, overholdelse av Amways immaterielle rettigheter og for å forhindre merkeforvirring.

### Eksempler på reklame:

- En ABO oppretter en Google Min bedrift-oppføring for å reklamere for Amway-forretningen sin. Dette er **tillatt** fordi dette er en gratis bedriftsoppføring i en søkemotor. I tillegg må ABOen sørge for å bruke en mal som er godkjent av Amway.
- En ABO oppretter en betalingsannonse for Artistry Supreme LX™ på Facebook. Dette er **ikke tillatt** fordi det kan blandes sammen med Amways offisielle tilstedeværelse på Facebook.

## VIDEO, LYDOPPTAK OG DIREKTESTRØMMING

Digitale kommunikasjoner som omfatter videoer, lydopptak og direktestrømming (som inkluderer video og/eller lydopptak [«Direktestrømming»]) krever vanligvis ikke skriftlig godkjenning fra Amway på forhånd hvis de legges ut på eiendommer som ABOen eier eller kontrollerer. ABOer har alltid muligheten til å sende videoer og lydopptak til Amway for gjennomgang og råd før de legges ut [vi viser til delen om Innsending for godkjenning på slutten av dokumentet]. Alt innhold må overholde Amways forretningspolitikk, standarder og retningslinjer.

### Video, lydopptak og direktestrømming kan ikke inneholde følgende:

- innhold som er laget av leverandører av forretningsstøttmateriell eller andre støtteorganisasjoner for ABOer
- informasjon om sponsorlinjer (LOS)
- uautoriserte påstander
- lister over tilgjengelig forretningsstøttmateriell (BSM) med priser
- Amway-relatert materiell av konfidensiell og/eller forretningsfølsom karakter, inkludert, uten begrensninger, opplysninger om produkter som ikke er lansert, endringer i ledelsen, nedleggelse av produksjonsanlegg, oppkjøp, osv.
- annet innhold som bryter Amways forretningspolitikk, standarder og retningslinjer

### Live strømming / streaming når det ikke blir lagret, kan inkludere følgende:

- Amways salgs og markedsføringsplan / Core Plan, med nødvendige opplysninger, inkludert uten begrensning hvordan en tjener penger og oppnår inntekter og kvalifikasjoner, priser og bonuser gjennom Amway.
- Autorisert BSM for prospekter.
- ABOers opplæringsinformasjon, inkludert uten begrensning, møte / arrangementsdatoer og billettpriser.

Det er imidlertid nødvendig å innhente skriftlig forhåndstillatelse for videoer og lydfiler, inkludert lagrede direktestrømmer, som legges ut for distribusjon, salg eller bruk i møter.

**Det er også nødvendig å innhente skriftlig forhåndstillatelse fra Amway for videoer og lydfiler, inkludert lagrede direktestrømmer, som inneholder følgende:**

- plan: innhold som viser informasjon om Amways salgs- og markedsføringsplan inkludert, uten begrensninger, hvordan en ABO tjener penger og mottar inntekt og kvalifikasjoner, premier og bonuser gjennom Amway. Dette gjelder enten innholdet skal brukes i forbindelse med prospektering eller til å lære opp ABOer i hvordan de viser planen
- produktpåstander: innhold som avviker fra godkjente produktpåstander fra Amway
- prospektering: innhold i forbindelse med opplæring i prospekterings-, rekrutterings- og sponsorteknikker
- informasjon om inntekter
- intellektuell eiendom som tilhører tredjeparter, inkludert, men ikke begrenset til, musikk, skilt, logoer, grafikk og bilder (krever også godkjenning fra tredjeparten)

## NETTSTEDER, MOBILAPPER, PODKASTER OG BLOGGER

ABOer må sørge for at Amway får innsyn i og gir forhåndstillatelse til alle nettsteder, mobilapper, podkaster og bloggkonsepter. URL-er må ikke være villedende eller bryte Amways forretningspolitikk (f.eks. lettjentepenger.no, vildupensjoneredegtidlig@EU.com, selgersegself.com).

### ABO-nettsteder

Hvis en ABO bestemmer seg for å lage sitt eget nettsted for å publisere Amway-forretningen sin, må vedkommende overholde både Amways forretningspolitikk og spesielt standardene for Digital kommunikasjon beskrevet i dette dokumentet.

ABO-nettsteder er alle nettsteder som er opprettet for å utvikle en ABOs Amway-forretning, uavhengig av hvem som har laget eller er vert for nettstedet.

Alle nettsteder må sendes til Amway for gjennomsyn og godkjenning før nettsiden lanseres. Det samme gjelder også for alle endringer på et allerede godkjent nettsted. Amway forbeholder seg retten til å kontrollere at alle ABO-nettsteder har korrekt og godkjent innhold til enhver tid, og vil iverksette nødvendige tiltak mot ABOer med nettsteder som ikke følger disse retningslinjene eller andre relevante regler. Overholdelse av Amways forretningspolitikk, retningslinjer og standarder ligger til grunn for Amways gjennomgang og godkjenning. Amway vil ikke nekte å godkjenne nettsteder eller endringer av nettsteder uten skjellig grunn. ABOer er ansvarlige for overholdelse av alle lover og regler forbundet med nettstedene sine.

Amways gjennomgang og godkjenning av ABO-nettsteder er begrenset til enkelte områder av innholdet, på grunnlag av Amways forretningspolitikk, den europeiske nettsted-policyen og Amways selskapsvedtekter. Gjennomgangen verken kan eller vil kontrollere at alle lokale lover og regler forbundet med nettstedet overholdes, og ABOer fritas derfor ikke fra ansvar i så måte.

**Andre produkter, tjenester eller forretningsmuligheter fra andre en Amway:** Et ABO-nettsted kan ikke vise, reklamere for eller selge produkter eller tjenester som ikke kommer fra Amway, enten det er direkte eller indirekte gjennom reklamefelter, koblinger eller webbrammer.

**Opplysninger om kunder, downline og nettstedbrukere:** ABO-nettsteder må vise informasjon om personvern i henhold til Amways egen personvern-policy, i tillegg til gjeldende lover og regler. Det anbefales at ABOer søker juridisk hjelp for å forsikre seg om at personverninformasjonen på nettstedet er i overensstemmelse med gjeldende regelverk. Nettsteder skal bare samle inn den personlige informasjonen fra brukere som behøves hvis brukere vil sende en e-postbeskjed til nettstedet. Hvis ABO-nettsteder gir brukere muligheten til å sende e-post til nettstedet, må nettstedet si klart fra om at sending av e-post automatisk gir ABO-en tilgang til e-postadressen til brukeren, men at den ikke vil bli brukt til andre formål enn å svare på brukerens henvendelse uten å innhente brukerens tillatelse.

**Gjeldende lover og domsmyndighet:** ABOer må gi klar beskjed om hvilke lover og hvilken domsmyndighet som gjelder for nettsteder og transaksjoner i forbindelse med, eller gjennom disse nettstedene. Et imprint (lovfestet, obligatorisk informasjon om eieren av nettstedet) må inkluderes på nettstedet og være lett synlig for kunder.



**Oppdatering av nettstedet:** Alle ABO-nettsteder må oppdateres med jevne mellomrom eller som nødvendig, og må vise dato for siste oppdatering. Alle endringer må sendes til Amway for gjennomsyn og godkjenning før endringene offentliggjøres.

### Spesielle kvalitetskrav for ABO-nettsteder

Amways kvalitetsstandarder er utformet for å garantere at Amway-produkter fremstilles på en profesjonell og akseptabel måte, og for å bygge opp troverdigheten til Amway-varemerket og tilhørende produktvaremerker. For at ABO-nettsteder skal holde samme kvalitet som Amways offisielle nettsteder med hensyn til hvordan Amway-produkter er vist og solgt, må ABOer følge kvalitetsbestemmelsene beskrevet nedenfor hvis de oppretter et eget nettsted for å publisere Amway, Amways forretningsmulighet og Amways produkter og tjenester. Disse bestemmelsene er de samme som Amway følger for de offisielle Amway-nettstedene.

1. Hvis nettstedet inneholder personlig informasjon om en ABO, må dette stå i sammenheng med hans/hennes Amway-forretning eller hva de har oppnådd ved hjelp av Amway.
2. Bilder, eller video- og audiohilsener, må holdes på et forretningsmessig plan, og stå i sammenheng med Amway.
3. Opprett et tydelig og velutformet nettsted med profesjonelt og vellaget oppsett, stil og utseende. Nettstedet skal holde samme profesjonelle stil som offisielle Amway-nettsteder.
4. Kvalitetsstandarder for publisering av Amways forretningsmulighet – retningslinjene er som følger:
  - Informasjon om Amway og Amways forretningsmulighet skal være sannferdig og korrekt, basert på siste tilgjengelige fakta.
  - Alle kilder til bakgrunns- og statistisk informasjon om økonomiske trender og økonomien generelt, samt framtidsutsikter, må være navngitt og informasjonen må innhentes og gjengis på korrekt måte.
  - Nettsteder med informasjon om Amways forretningsmuligheter skal passordbeskyttes.
5. Kvalitetsstandarder for publisering av Amways produkter – retningslinjene er som følger:
  - For å unngå feil, misvisende eller uegnede påstander om Amway-produkter eller andre brudd på relevante lover, må ABOer
    - (a) kun bruke offisielle bilder av Amway-produkter som er lisensiert av Amway for dette formålet, eller bilder i samme stil og med samme kvalitet.
    - (b) kun bruke produktopplysninger og uttalelser fra gjeldende Amway-litteratur eller offisielle Amway-nettsteder beregnet på bruk i det respektive markedet. **Alle bilder av produkter distribuert av Amway som publiseres på nettstedet, må være godkjent og lisensiert av Amway.**
  - Alle nødvendige varemerker og all opphavsrettsinformasjon må være tydelig gjengitt på nettstedet.
  - Alle lovfestede krav skal oppfylles, som i eksemplene beskrevet nedenfor:

Oppgi spesifikk og korrekt informasjon om produkter og tjenester og sørg for at denne informasjonen vises klart og tydelig til kunder før de handler på nettet. Dette kan inkludere (eksempelvis) følgende:

    - (a) all informasjon må være tilgjengelig på språket i markedet nettstedet henvender seg til
    - (b) ABO-ens identitet som leverandør av produktene, og en forretningsadresse som kan brukes for eventuelle klager
    - (c) beskrivelser av produkter og tjenester som tilbys for salg på ABO-nettstedet
    - (d) priser på produkter eller tjenester inkludert skatter og avgifter (f.eks. merverdiavgift)
    - (e) leveringskostnader (hvis relevant) og leveringsmetode
    - (f) en beskrivelse av tilgjengelige betalingsmetoder
    - (g) opplysninger om at kunder har rett til å returnere varer innen to uker fra innkjøpsdato uten å bli skadelidende, og i noen tilfeller kun ved å betale for retur av varene («angrerett»)
    - (h) informasjon om hvordan kundene bruker angreterten

- (i) informasjon om ettersalgsservice og garantier Nasjonal lovgivning som iverksetter reglene i EU-direktiv om fjernsalg, eller lignende nasjonal lovgivning, kan ha innvirkning på akkurat hvilke opplysninger som må gis til kunder.

**Vi anbefaler at ABOer alltid søker juridisk hjelp for å forsikre seg om at eventuelle nettsteder de oppretter inneholder all informasjon pålagt ved lov.**

- Kvalitet som definert i generelle kvalitetsstandarder, f. eks.
  - (a) grunnleggende brukervennlighet, med et tydelig, visuelt hierarki, lettforståelige overskriftsnivåer og lettforståelig og konsekvent navigering
  - (b) bruk av riktig språk og stil
  - (c) nettstedets ytelse, struktur og oppsett
  - (d) tilgjengelighet for brukere
  - (e) tilgjengelighet for enheter – virker nettstedet som det skal i de mest vanlige nettleserne og på mobiler og nettbrett? Kan sidene skrives ut?
  - (f) bruk av sikkert butikkssystem for å garantere sikre dataoverføringer og sikker betaling

6. Annet anbefalt innhold:

- nettbaserte skjemaer og ordrebehandling som følger relevante lokale lover og regler, og som gir kunder muligheten til å endre bestillinger, og finne og rette opp eventuelle feil. Kunder skal også måtte gi tydelig signal om at de har nok informasjon til å velge riktig produkt, og at de ønsker å kjøpe produktet. Ordrebehandlingen må produsere en fullstendig og korrekt oversikt over bestillingen som kunder kan lagre og/eller skrive ut
- lettvinte, sikre betalingsmetoder som overholder lov om personvern, og tydelig informasjon om sikkerhetsnivået på betalingsmekanismene

## DIGITALE ARRANGEMENTER

Det er tillatt for ABOer å stille som vert for digitale eller virtuelle arrangementer i forbindelse med ABOens forretning, forutsatt at ABOen etterlever Amways forretningspolitikk, retningslinjer og standarder, og det digitale arrangementet finner sted på digitale eiendommer ABOen eier eller kontrollerer. Definisjonen på et digitalt arrangement er et arrangement som holdes i et virtuelt miljø i en fastsatt tidsperiode, med et felles tema og en spesiell gruppe eller et spesielt nettsamfunn («Digitale arrangementer»). Digitale arrangementer på eiendommer som ABOen ikke eier eller kontrollerer er tillatt hvis ABOen har fått skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway og tillatelse fra verten for arrangementet.

**Alle digitale arrangementer må oppfylle følgende krav:**

- Hvis du skal selge produkter, må de være knyttet til temaet for arrangementet.
- Eventuelle nettsalg i løpet av arrangementet må gjennomføres på ABOens egen MyPage-nettsted eller på et godkjent Amway-nettsted. Det er også **tillatt** å selge produkter utenfor internett.
- Amway må forhåndsgodkjenne alle materialer som skal brukes, eller som blir gjort tilgjengelig under arrangementet.
- Oppføring av tilgjengelig og registrert/godkjent forretningsstøttmateriell og informasjon om promotering i forbindelse med ABO-opplæring er kun **tillatt** i et ABO-fellesskap /-samfunn.
- Hvis det er ønskelig å oppgi informasjon om Amways salgs- og markedsføringsplan i et nettsamfunn med medlemmer som ikke er ABOer, må dette fremlegges for Amway for godkjenning.
- Det er **ikke tillatt** å bruke innhold fra tredjeparter uten skriftlig forhåndstillatelse fra både tredjeparten og Amway.

## Eksempler på digitale arrangementer:

- En ABO oppretter et virtuelt Artistry-party på Facebook. Dette er **tillatt** fordi det arrangeres på en eiendom som ABOen eier eller kontrollerer.
- En ABO oppretter en offentlig Facebook-invitasjon for et kommende Amway-matlagingsarrangement. Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen.
- En ABO er invitert til å bli intervjuet på en podkast for å snakke om erfaringen sin med Amway-forretningen og Amway-produkter. Dette er **tillatt** med skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway fordi det ikke publiseres på en eiendom som ABOen eier eller kontrollerer.
- En ABO blir med i et virtuelt skjønnhetsparty i den offentlige gruppen til en venn på Facebook. ABOen promoterer Amway-forretningen sin i gruppen. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen ikke fikk skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway eller fra verten, siden det ikke arrangeres på en eiendom som ABOen eier eller kontrollerer.

## PÅSTANDER OM AMWAY

Påstander om Amway-planen, forretningsmuligheter, produkter eller tjenester som tilbys gjennom eller av Amway, må være sannferdige, presise og ikke villedende. Alle påstander må overholde lokal reklamelovgivning. Påstander om Amway-produkter og -tjenester må formuleres på en måte som er spesifikt godkjent av Amway, og kan ikke endres (merknad for tilknyttede selskaper: henvis til kilden for påstandene).

### Inntekt og livsstil

All informasjon vedrørende direkte og indirekte inntekter må gi et realistisk bilde og ikke overdrive inntekspotensialet og skape urealistiske forventninger om livsstilsendringer. Informasjon om inntekter, livsstil og markedsplan som viser hvordan ABOer tjener penger i Amway, kan gjøre det nødvendig å dele aktuelle redegjørelser.

### Inntekt og livsstilseksempel:

En ABO legger ut et bilde på Instagram av sjekken han tjente fra Amway og opplyser at han har nådd et av hans mål for dette året og er glad for at sitt harde arbeid ble anerkjent. Dette er tillatt fordi en ABO kan dele av sin egen personlige erfaring, såfremt uttalelsene er sannferdige, nøyaktige og ikke misvisende.

### Anbefalinger og anmeldelser

Anbefalinger og anmeldelser skal gjengi den oppriktige meningen, oppfatningen eller erfaringen til den som kommer med anbefalingen. Det er ikke tillatt å legge ut en påstand om Amway som ikke kan forsvares på juridisk grunnlag, i form av en anbefaling eller anmeldelse.

Det er ikke tillatt for ABOer å gi noen form for godtgjørelse i bytte mot anbefalinger eller positive anmeldelser fra kunder og andre, med unntak av produktprøver. Det er ikke tillatt for ABOer å gi noen form for godtgjørelse i bytte mot følgere eller likes.

Hvis det foreligger en materiell forbindelse mellom den personen som kommer med anbefalingen eller anmeldelsen og Amway, og den materielle forbindelsen ikke er kjent eller forventet av publikum, må forbindelsen oppgis. Eksempler på materielle forbindelser kan være at en person mottar gratis produkter i bytte mot en anbefaling eller anmeldelse, eller at personen som kommer med anbefalingen eller anmeldelsen er en ABO. Redegjørelser for forbindelser som dette må være klare, iøynefallende, fremstående, leselige og plassert nær den aktuelle påstanden.

### Eksempler på anbefalinger og anmeldelser:

- En ABO retvitrer en kundeforholdelse om hvor flott håret hans ser ut etter at han vasket det med en gratisprøve med Satinique™-sjampo. Dette er **tillatt** fordi twittermeldingen nevner at kunden fikk en gratisprøve, og fordi kunden ikke fikk ytterligere godtgjørelse.
- En ABO gir to esker med SA8™ til en videoblogger i bytte mot en positiv anmeldelse på videobloggen hennes. Dette er **ikke tillatt** fordi mengden av produkter gitt til videobloggeren ikke lenger kan kalles en produktprøve.

## Før- og etter-bilder og videoer

Før- og etter-bilder og -videoer er en form for anmeldelse, uansett om før- og etter-bildene eller -videoene viser en ABO eller noen andre. En anmeldelse kan ikke legge frem en påstand om Amway som ikke kan forsvares på juridisk grunnlag.

Grunnregelen er at ABOer må innhente skriftlig forhåndstillatelse fra Amway før de publiserer før- og etter-bilder eller -videoer i forbindelse med Amway-produkter eller bruken av disse. Følgende før- og etter-bilder og -videoer krever imidlertid ikke skriftlig forhåndstillatelse:

- før- og etter-bilder eller -videoer, med eventuelle nødvendige redegjørelser, utgitt av Amway
- Anvendelse av Amway fargekosmetikk (sminke, dette inkluderer ikke hudpleieprodukter)
- Bildet eller videoen kan ikke ha bildetekst/undertekst, annen tekst eller tale som ilegger produktet andre egenskaper enn det Amway har sagt om produktet.
- Bildet eller videoen kan inneholde, vise eller nevne produkter fra tredjeparter.

Hvis det foreligger en materiell forbindelse mellom den personen som kommer med anbefalingen eller anmeldelsen og Amway, og den materielle forbindelsen ikke er kjent eller forventet av publikum, må forbindelsen oppgis. Redegjørelser for forbindelser som dette må være klare, iøynefallende, fremstående, leselige og plassert nær den aktuelle påstanden.

## Produktdemonstrasjoner

Produktdemonstrasjoner er presentasjoner av Amway- produkter som viser det faktiske produktet, hvordan det virker eller et resultat som kan oppnås ved å bruke produktet.

Grunnregelen er at ABOer må innhente skriftlig forhåndstillatelse fra Amway før de legger ut produktdemonstrasjoner i forbindelse med Amway-produkter.

Følgende produktdemonstrasjoner krever imidlertid ikke skriftlig forhåndstillatelse:

- produktdemonstrasjoner som følger instruksjoner utgitt av Amway til punkt og prikke
- produktdemonstrasjoner fra Amway
- hvor Amway fargekosmetikk anvendes (sminke, dette inkluderer ikke hudpleieprodukter)
- produktdemonstrasjoner som viser ABOer bruke kjøkkenutstyr fra Amway som tiltenkt (dvs. til å tilberede mat med).

Produktdemonstrasjoner kan ikke ha bildetekst/ undertekst, annen tekst eller tale som ilegger produktet andre egenskaper enn det Amway har sagt om produktet. Produktdemonstrasjoner kan ikke inneholde, vise eller nevne produkter fra tredjeparter.

## IMMATERIELLE RETTIGHETER

Immaterielle rettigheter er navnet på rettigheter til kreativt materiell som det er mulig å søke om bl.a. patent, enerett eller varemerke på. En ABO kan bare bruke materiell som er rettighetsbeskyttet på denne måten, som eies av Amway eller andre, hvis de har innhentet tillatelse til å bruke det. Immaterielle rettigheter kan omfatte rettigheter til musikk, bilder, tale, video, tekst, varemerker, logoer eller annet.

### Opphavsrettbeskyttet materiale

Opphavsrettsbeskyttet materiale inkluderer, uten begrensning, musikk, bøker, blader, artikler og andre tekster (inkludert utdrag og oversettelser), taler, fotografier, kunstverk (inkludert elektroniske bilder), nettsteder, blogger og andre innlegg på sosiale medier, videoer, filmer, skuespill, skulpturer, bygninger og 3D-former samt dataprogrammer.

### Bruk av materialer fremstilt av Amway:

Det er ikke tillatt for ABOer å bruke opphavsrettbeskyttede materialer som er fremstilt av Amway, uten å innhente tillatelse på forhånd, med mindre ABOen har hentet materialene fra godkjente kilder som angitt av Amway (se [www.amway.no](http://www.amway.no)). Det kan gjøres unntak når ABOen legger ut materialer som ellers er godkjent for bruk av

ABOer. Dette omfatter innhold produsert av Amway og som er tilgjengelig fra offisielle Amway-kanaler, når de oppretter historier i digitale kanaler som eies av de aktuelle ABOene. Det er tillatt å legge på klistremerker (unntatt musikk-klistremerker), tekst, GIF-filer osv. så lenge ABOen bevarer integriteten til innholdet fra Amway. Det er ikke nødvendig for ABOer å innhente tillatelse til å dele eller legge ut lenker til offisielle digitale eiendeler som tilhører Amway.

### Eksempler på bruk av materialer fremstilt av Amway:

- En ABO deler et bilde fra Amways offisielle Facebook-side som promoterer L.O.C.-merket, på sin egen side. Dette er **tillatt** fordi Amway ikke stiller krav om tillatelse for å dele innlegg fra Amways offisielle, digitale eiendommer.
- En ABO høyreklikker og lagrer eller tar skjermbilde av et bilde fra en av produksidene på Amway.com og legger det ut på Twitter. Dette er **ikke tillatt** fordi det er mulig rettighetene til å bruke bildet bare gjelder for Amways hovednettsted (f.eks. på grunn av modellene som er avbildet) og ikke gjelder for ABOens digitale eiendeler. I tillegg kan kvaliteten på bildet forringes. ABOen bør kopiere bildet fra en godkjent Amway-kilde for å sikre at bildet er godkjent og holder høy kvalitet.
- En ABO laster ned et Artistry-bilde fra en offisiell Amway-kilde. Hun legger til klistremerker og tekst for å promotere Artistry-merket sammen med sin egen Amway-forretning, og legger det hele ut som en Instagram-historie. Hun bevarer imidlertid utseendet og hovedinnholdet i det opprinnelige bildet, og dette betyr at integriteten til bildet opprettholdes. Dette er **tillatt** fordi ABOer har lov til å redigere og legge til ekstra informasjon på innhold fra Amway uten forhåndstillatelse når de oppretter historier i digitale kanaler som ABOene selv eier.

### Bruk av materialer fremstilt av tredjeparter

En ABO kan ikke bruke opphavsrettbeskyttede materialer fra en tredjepart med mindre det foreligger en skriftlig tildeling, lisens eller andre tillatelser fra eieren, eller gjeldende lover tillater slik bruk. Alle skriftlige tillatelser som innhentes for bruk av opphavsrettbeskyttede materialer, må oppbevares og fremvises til Amway på forespørsel. ABOen må overholde gjeldende lover om opphavsrett ved publisering av Digitale kommunikasjoner.

Deling av lenker eller bruk av delingsknappen i en artikkel, et blogginnlegg eller et innlegg i sosiale medier som er skrevet av en tredjepart, er tillatt, forutsatt at det resulterende innlegget ikke inneholder referanser til Amway-produkter eller Amways forretningsmulighet. I tillegg skal innlegg med lenker ikke inneholde kommentarer som nevner Amway-produkter eller Amways forretningsmulighet.

### Eksempler på bruk av materialer fremstilt av tredjeparter:

- En ABO leser en artikkel i pressen om den potensielle sammenhengen mellom fiskeolje og reduksjon av risikoen for hjertesykdom. ABOen deler artikkelen til Facebook-kontoen sin med følgende kommentar: «Virkelig interessant artikkel om den potensielle sammenhengen mellom fiskeolje og hjertesykdom.» Dette er **tillatt** fordi ABOens kommentarer ikke nevner Amway-produkter.
- Et finansmagasin legger ut en lenke til en artikkel på nettstedet sitt, på den offisielle Facebook-siden sin. En ABO deler artikkelen med Facebook-følgerne sine. Hvis det opprinnelige innlegget fra finansmagasinet inneholdt en delingsfunksjon, godtar Amway at ABOen deler innlegget. Dette er **tillatt** med mindre ABOen legger til kommentarer som ikke overholder andre avsnitt i dette standarddokumentet. For eksempel må innholdet ikke antyde at finansmagasinet på noen måte promoterer eller er tilknyttet ABOen eller Amway.
- En ABO deler en tredjepartsartikkel som nevner Amway-produkter til Twitter-konten sin, og legger til kommentaren: «Sjekk denne artikkelen.» Dette er **tillatt** fordi ABOens kommentarer ikke nevner Amway-produkter eller Amway-selskapet.
- En ABO abonnerer på et finansmagasin, ser en artikkel i magasinet om Amways forretningsmulighet, og deler bilder av omslaget og sider fra artikkelen på Instagram. Dette er **ikke tillatt** med mindre ABOen først innhentet tillatelse fra finansmagasinet.
- En ABO ser en video på YouTube som er laget av en annen ABO. ABOen laster ned videoen, laster den opp til Facebook og deler den med alle følgerne sine. Dette er **ikke tillatt** med mindre ABOen har innhentet skriftlig tillatelse fra den opprinnelige eieren.
- En ABO deler en artikkel fra nettavisen til New York Times® på Facebook-siden sin med følgende kommentar: «Virkelig interessant artikkel om den potensielle sammenhengen mellom D-vitaminer og depresjon. Ta kontakt hvis du vil vite mer om det nye Nutriway D-vitaming kosttilskuddet» Dette er **ikke tillatt** fordi innlegget inneholder navnet på et Amway-produkt, og fordi det antyder at Nutriway D-vitamin kosttilskuddet reduserer

eller kan redusere risikoen for å bli rammet av depresjon. Amway kan ikke underbygge denne påstanden.

- En ABO kopierer et bilde av omslaget til en bestselger fra Google, og legger det ut på et sosialt nettverk. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen ikke eier opphavsretten til bildet.

## Musikk

Det er ikke tillatt å bruke musikk som er reproduisert, endret, avspilt, fremført, innspilt, kringkastet eller strømmet via internett med mindre det foreligger en skriftlig tildeling, lisens eller andre tillatelser fra eieren, eller gjeldende lover tillater slik bruk. **DET ER OFTE NØDVENDIG Å HA MER ENN ÉN LISENS VED BRUK AV INNSPILT MUSIKK.** Alle skriftlige tillatelser som innhentes må oppbevares og fremvises til Amway på forespørsel.

### Eksempler på bruk av musikk:

- En ABO spiller inn en 20 sekunder lang demonstrasjon av sminketeknikker med Artistry-produkter. Før hun legger filmsnutten ut på Facebook, legger hun til 20 sekunder av en populær låt som bakgrunnsmusikk. Med mindre ABOen har innhentet lisens(er) for låten, er dette innlegget **ikke tillatt**.
- En ABO tar opp en 30 sekunder lang video av en levende opptreden på et Amway-arrangement og legger det ut på Facebook. Med mindre organisatorene har uttrykkelig tillatt dette, eller ABOen selv har innhentet tillatelse til å bruke opptredenen på denne måten, er dette **ikke tillatt**.

## Publiseringsrettigheter

Publiseringsrettighet er retten hver enkeltperson har til å kontrollere og motta godtgjørelse for kommersiell bruk av bilder av personen. Dette omfatter personens navn, bilde, stemme og andre aspekter av vedkommendes identitet. En ABO skal respektere andres publiseringsrettigheter og overholde gjeldende lovverk ved publisering av Digitale kommunikasjoner. Hvis enkeltpersoner ber ABOen om å slutte å bruke bilder av dem, må ABOen rette seg etter dette. Det er ikke tillatt for en ABO å bruke andres publiseringsrettigheter til å promotere sin egen forretning uten å innhente skriftlig godkjenning fra den aktuelle personen på forhånd.

Amway tillater ikke at ABOer legger ut innhold som inneholder bilder av andre personer, eller som tydelig viser en tredjepart, med mindre ABOen har innhentet skriftlig godkjenning fra personen som er avbildet i innholdet, eller Amway på annen måte har godkjent innholdet.

### Eksempler på håndtering av publiseringsrettigheter:

- En ABO er på stranden og tar en selfie med en XS Power Drink. En gruppe mennesker kan sees i bakgrunnen, men kameraet er fokusert på ABOen, og personene i bakgrunnen er ikke tydelige nok til at de er lett gjenkjennelige. ABOen legger ut dette bildet med bildeteksten «Holder energinivået på topp på stranden med XS! Se lenke i bio for mer informasjon om hvordan du får tak i XS-produkter!» Dette er **tillatt**, men Amway forventer at ABOen sletter posten hvis det er mulig å gjenkjenne menneskene i bakgrunnen, og noen av de avbildede personene har bedt om at bildet blir slettet.
- En ABO tar en selfie som viser en velkjent forfatter, som mottar betaling for å hold foredrag og signere bøker under et Amway-arrangement, i bakgrunnen. Dette er **tillatt** forutsatt at arrangementsretningslinjene tillater at det tas fotografier av forfatteren under dette arrangementet. Hvis tillatt kan ABOen ikke antyde at forfatteren er tilknyttet eller på annen måte støtter Amway.
- En ABO retvirtrer et bilde av en berømt snøbrettkjører som drikker en XS Power Drink, med bildeteksten «Sjekk dette! Idrettsstjerner elsker XS™-merket!» Dette er **ikke tillatt** med mindre ABOen har innhentet skriftlig tillatelse fra snøbrettkjøreren.
- En ABO er på stranden og tar en selfie med en XS Power Drink. To tilfeldige personer «fotobomber» ABOen med tomlene oppe. ABOen legger ut dette bildet med bildeteksten «Flott dag på stranden! Alle elsker XS™ Power Drinks! Se lenke i bio for mer informasjon om hvordan du får tak i XS™-produkter!» Med mindre de to avbildede personene har gitt tillatelse til publiseringen av bildet, er dette **ikke tillatt** og gir inntrykk av at de to tilfeldige fotobomberne promoterer XS-produkter.

## Bruk av varemerker

Det er ikke tillatt for ABOer å kopiere, distribuere eller på andre måter bruke varemerker som tilhører Amway eller Altacor Inc. (Altacor) uten skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway. Varemerker, logoer, produktbilder og virksomhetsrelaterte bilder fra Amway eller Altacor kan bare hentes fra godkjente kilder som angitt av Amway.

Det er ikke tillatt for ABOer å kopiere, distribuere eller på andre måter bruke varemerker som tilhører en tredjepart uten skriftlig forhåndsgodkjenning, lisens eller andre typer tillatelser fra eieren av varemerket.

## Amways varemerker

Amways varemerker – inkludert Amway™, Nutriway™, Artistry™, XS™, og andre merker, logoer og navn som er i bruk nå, eller som kan bli brukt i fremtiden – er særdeles verdifulle for Amway.

Amway forventer at ABOer respekterer rettighetene til selskapet ved å bruke kun varemerker, logoer, produktbilder og virksomhetsrelaterte bilder som eies av Amway, og som ABOen har hentet fra godkjente kilder som angitt av Amway. En ABO kan bruke denne typen ressurser uendret uten å innhente ytterligere tillatelser fra Amway.

Når en ABO oppretter en digital eiendom (f.eks. en Facebook- eller Instagram-konto eller et nettsted), kan vedkommende bruke et merkenavn som eies av Amway (kun i tekst) for å beskrive ABOens tilknytning til Amway på «om»-siden eller i biografien, eller i lignende, relevante områder, uten forhåndsgodkjenning.

En ABO kan ikke bruke Amway-eide varemerker (produkt eller merkenavn), merkelogoer eller produktbilder, i domenenavnet, kontobrukernavn, handle, alias, kontonavn, visningsnavn, sidens navn, e-postadresse, profilbilder, forsidebilder eller bakgrunner eller lignende relevant område på den digitale eiendommen, med mindre de har skriftlig tillatelse fra Amway.

Med unntak av ressurser som er hentet fra godkjente kilder og som ellers overholder bestemmelsene i denne delen av dokumentet, er det ikke tillatt for ABOer å kopiere, distribuere eller på andre måter bruke varemerker som tilhører Amway uten skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway.

### Eksempler på bruk av Amways varemerker:

- En ABO oppretter en Facebook-side og beskriver seg selv i bioen som «Amway-forretningseier. Opptatt av BodyKey og vektkontroll. Send direkte melding for mer informasjon.» Dette er **tillatt** fordi ABOen eier eller kontrollerer den digitale eiendommen.
- En ABO oppretter en Instagram-konto med brukernavnet @amwayking. Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen har brukt «Amway» i brukernavnet.
- En ABO oppretter en Twitter-konto med visningsnavnet «Min Nutriway-konto». Dette er **ikke tillatt** fordi ABOen har brukt et merke eid av Amway i visningsnavnet.

### Varemerker som tilhører tredjeparter

Det er ABOens ansvar å ikke krenke varemerkerettighetene til tredjeparter i Digitale kommunikasjoner. En ABO kan ikke vise eller bruke varemerket til en tredjepart i en Digital kommunikasjon på en måte som kan villedes ved å antyde at det er en tilknytning eller et sponzorforhold mellom ABOen eller Amway og den aktuelle tredjeparten.

### Eksempler på varemerker som tilhører tredjeparter:

- En ABO legger ut et bilde med logoen til ABO-organisasjonen hun tilhører, fra Instagram-kontoen sin. Dette er **tillatt** forutsatt at ABO-organisasjonen tillater bruken av logoen.
- En ABO legger ut en video på Facebook som demonstrerer (helt i henhold til reglene for produktpåstander) bruken av kjøkkenprodukter fra Amway. ABOen har en kokebok skrevet av en velkjent kokk liggende godt synlig ved siden av Amway-produktene på kjøkkenbenken og har på seg en skjorte med logoen til kokken på brystet. Dette er **ikke tillatt** fordi en slik video kan antyde at det finnes en forretningsmessig tilknytning mellom ABOen og kokken, og/eller Amway og kokken.

## INNSENDING FOR GODKJENNING

Det anses ofte at forretningsstøttmateriell (BMS) er bøker, brosjyrer, CD-er, osv. som brukes til å støtte, lære opp, motivere og utdanne ABOer, prospekter og kunder (se regel 7 i Amways forretningspolitikk og den europeiske standarden og retningslinjene for forretningsstøttmateriell). Forretningsstøttmateriell (BMS) kan også være digitale eiendeler som for eksempel apper, nettsteder, podkaster og videoer. Alt digitalt forretningsstøttmateriell må etterleve Amways forretningspolitikk, samt standarder og retningslinjer for forretningsstøttmateriell.

I henhold til Amways forretningspolitikk må alt forretningsstøttmateriell sendes til Amway for gjennomsyn og godkjenning før bruk. Digitale kommunikasjoner som er forretningsstøttmateriell, men som er av spontan natur, krever ikke forhåndsgodkjenning hvis dette ikke er et krav under betingelsene i dette standarddokumentet. Under følger en liste over Digitale kommunikasjoner som krever skriftlig forhåndsgodkjenning fra Amway før bruk.

- immaterielle eiendeler som tilhører Amway, Altico og tredjeparter
- før- og etter-bilder og -videoer (brukergenererte, unntatt for color cosmetics)
- bloggkonsepter
- digitale arrangementer som bruker immaterielle eiendeler som tilhører tredjeparter
- digitale arrangementer på digitale eiendommer som ikke er eid eller kontrollerer av den aktuelle ABOen
- digitale begivenheter med bruk av Amways salgs- og markedsføringsplan i et ikke-ABO samfunn
- mobilapper
- podkaster
- produktdemostrasjoner (brukergenererte, unntatt Color-makeup, kjøkkenutstyr og matlaging)
- video, lydopptak og lagrede direktestrømmer som inneholder: markedsplan, produktpåstander, prospektering, informasjon om inntekter og tredjeparters immaterielle eiendeler
- nettsteder

ABOer må sende alle forespørsler om gjennomsyn og godkjenning til avdelingen for forretningspolitikk (Business Conduct and Rules). Alle forespørsler må inneholde ABOens navn og nummer, det aktuelle innholdet og tiltenkt bruk.

Facebook® er et registrert varemerke som tilhører Facebook, Inc.; YouTube er et registrert varemerke som tilhører Google Inc.; Instagram® er et registrert varemerke som tilhører Instagram, LLC; Twitter® er et registrert varemerke som tilhører Twitter, Inc.; WeChat® er et registrert varemerke som tilhører Tencent Holdings Ltd.; VK® er et registrert varemerke som tilhører aksjeselskapet «V Kontakte»; Line® er et varemerke som tilhører Line Corporation; WhatsApp® er et registrert varemerke som tilhører WHATSAPP INC.; SnapChat® er et registrert varemerke som tilhører SNAP INC.

LinkedIn® er et registrert varemerke som tilhører LinkedIn Corporation.

Forbes® er et registrert varemerke som tilhører Forbes LLC; The New York Times® er et registrert varemerke som tilhører The New York Times Company.