



# Erfolgreich sein mit Oriflame

Wir möchten, dass Sie eine lange und erfolgreiche Reise mit Oriflame erleben. Während Sie Ihre Karriere aufbauen, ist es wichtig, dass Sie die Grundlagen der Arbeit als Brand Partner verstehen, damit Sie für den Erfolg gerüstet sind.

Ihr Weg bei Oriflame ist in drei Phasen unterteilt: Brand Partner, Manager und Director. Und im Laufe Ihrer Reise werden Sie die Fähigkeiten entwickeln, die Ihnen die Beherrschung Ihrer aktuellen Stufe ermöglichen und Ihnen helfen, die nächste Stufe zu erreichen. Diese Fähigkeiten bauen aufeinander auf und helfen Ihnen, eine starke, dauerhafte Karriere zu machen. Die drei wichtigsten Fähigkeiten sind Produktempfehlung, Teambuilding und Mentoring.



## Produktempfehlung

Als Brand Partner liegt Ihr Hauptaugenmerk darauf, die Produkte regelmäßig zu verwenden, zu empfehlen und zu verkaufen, sowohl online als auch persönlich, und die Möglichkeiten von Oriflame zu vermitteln. Ihre persönliche Empfehlung ist der Schlüssel zu Ihrem Erfolg.



## Teamaufbau

Als Manager liegt Ihr Hauptaugenmerk darauf, die bereits etablierten geschäftsfördernden Verhaltensweisen auszubauen. Das bedeutet, dass Sie weiterhin Produkte empfehlen und an einen großen Personenkreis verkaufen und aktiv neue Brand Partner einladen sollten, sich Ihrem Team anzuschließen.



## Mentoring

Als Director liegt Ihr Hauptaugenmerk darauf, die bewährten Praktiken, die Sie zu diesem Erfolg geführt haben, weiter zu modellieren. Hier besteht Ihre Hauptaufgabe darin, durch Mentoring weitere Directors in Ihrem Team zu fördern. So stellen Sie die langfristige Lebensfähigkeit Ihres Geschäfts sicher.

Teilen Sie Ihren persönlichen  
Empfehlungslink und  
verdienen Sie bis zu

**30 %**

an Ihren Verkäufen

Laden Sie andere ein  
und verdienen  
Sie Provisionen für die  
Verkäufe Ihres Teams



Helfen Sie anderen, höhere  
Titel zu erreichen und  
erhalten Sie zusätzliche 3 %  
auf alle Verkäufe Ihres  
Teams.



Entwickeln Sie Ihre  
Fähigkeiten durch  
die kostenlose  
Beauty- und Business-  
Schulungen



Erhalten Sie bis zu  
**30 %**  
Rabatt auf Ihre  
persönlichen Bestellungen

Erhalten Sie Bonus-  
Prämien als Anerkennung  
Ihre Leistungen



Nutzen Sie unsere  
führenden Business-Tools  
und Apps



Folgen Sie unserem  
Onboarding-Programm für  
schnellere Ergebnisse



Entdecken Sie die  
Materialien für soziale  
Medien, die wir zu Ihrer  
Unterstützung entwickelt  
haben



## Lieben Sie Kosmetik?

Ihre Leidenschaft gilt der Schönheit und der Hautpflege? Mögen Sie einen gesunden Lebensstil, bei dem Sie von innen heraus strahlen? Dann sind Sie bei uns genau richtig!

Wenn Sie bei Oriflame einsteigen, erhalten Sie die Möglichkeit, mit hochwertigen Produkten zu arbeiten und zu Ihren eigenen Bedingungen Geld zu verdienen. Sie entscheiden selbst, wie weit Sie gehen wollen - und wir unterstützen Sie auf dem gesamten Weg.

### Werden Sie noch heute Oriflame Brand Partner!

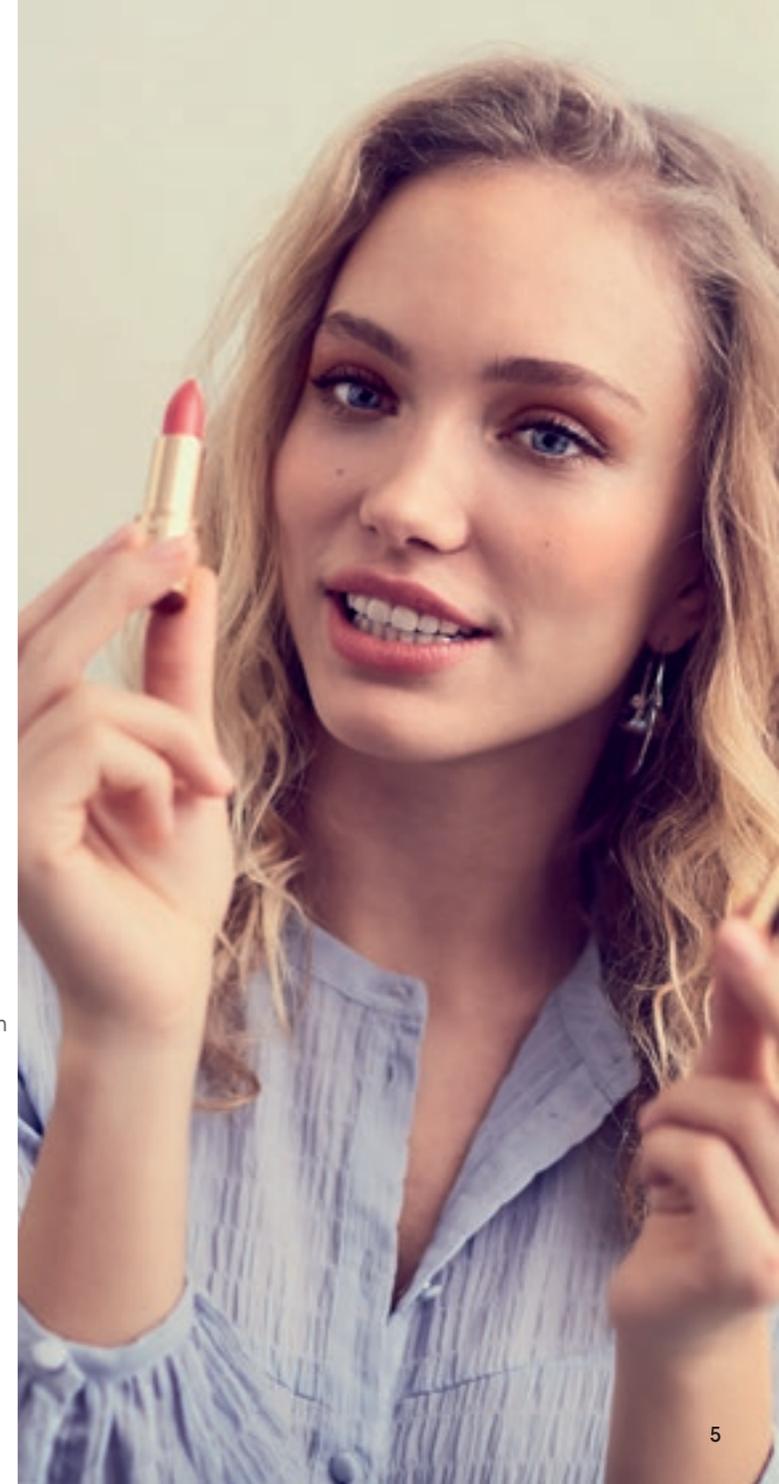
Das Empfehlen von Oriflame-Produkten ist einfach und macht Spaß! Sie müssen kein Experte oder Expertin in Sachen Schönheit oder gesunder Lebensstil sein, um unsere Produkte zu teilen und zu bewerben und damit Geld zu verdienen.

Wenn Sie sich weiterentwickeln und mehr über Schönheitsfragen lernen möchten, helfen wir Ihnen gerne mit unseren kostenlosen Schulungskursen.

### Empfehlen Sie uns an Ihre Freunde weiter

Wenn Ihnen unsere Produkte gefallen, warum empfehlen Sie sie nicht weiter? Als Brand Partner können Sie Ihre Empfehlungen über Ihren eigenen Share & Earn-Empfehlungslink weitergeben, und zwar ab dem Zeitpunkt, an dem Sie Mitglied werden. Oriflame kümmert sich um alle administrativen Tätigkeiten. Überlassen Sie Zahlungen, Lieferungen und Betreuung Ihrer Kunden uns! Sie teilen und empfehlen einfach unsere Produkte und können den Verdienst einstreichen. Je mehr Sie teilen, je mehr VIP-Kunden Sie haben, desto mehr verdienen Sie!

Als Brand Partner haben Sie Zugang zu unseren kostenlosen Schulungen, mit denen Sie Ihr Wissen über den Bereich Schönheit erweitern können. Sie können Hautpflege-Workshops veranstalten und Ihren Umsatz durch die Vorführung unserer Produkte ankurbeln. Die Veranstaltung von Hautpflege- oder Wellness-Workshops kann Ihren Umsatz steigern und treue Kunden bringen.





# Mit Oriflame Geld verdienen und sparen

Als Brand Partner erhalten Sie garantiert 20 % Rabatt beim Kauf von Produkten für sich und Ihre Familie, solange Sie die Mitgliedschafts- und Verlängerungsgebühren bezahlen. Sie können auch von unserer Geschäftsmöglichkeit profitieren, indem Sie aus eigenem Antrieb und auf eigene Verantwortung verkaufen und Kunden werben.

Die Suche nach Kunden ist der optimale Weg, um Geld zu verdienen, wenn Sie neu in diesem Geschäft sind. Deshalb bieten wir Markenpartnern die Möglichkeit, zwischen 20 % und 30 % auf die Bestellungen ihrer VIP-Kunden und auf ihre eigenen Einkäufe zu verdienen, dies nennt sich "Personal Staggered Benefit". Diese persönlich gestaffelten Vorteile setzen sich aus dem "Personal Staggered Benefit" (persönlich gestaffelte Vorteile) und dem "VIP Customer Bonus" (VIP-Kundenbonus) zusammen.

## Personal Bonus Points (PBP)

Jede Bestellung, die Sie oder Ihre VIP-Kunden aufgeben, trägt zu Ihren "Personal Bonus Points" (persönlichen Bonuspunkten (PBP)) bei. Bonuspunkte (BP) werden jedem einzelnen Artikel auf der Grundlage seines Kundenpreises zugewiesen, mehr dazu erfahren Sie im Glossar. Die PBP stellen die Summe der BP dar, die Sie durch Ihre persönlichen Einkäufe als Markenpartner und Ihre VIP-Kunden gesammelt haben.

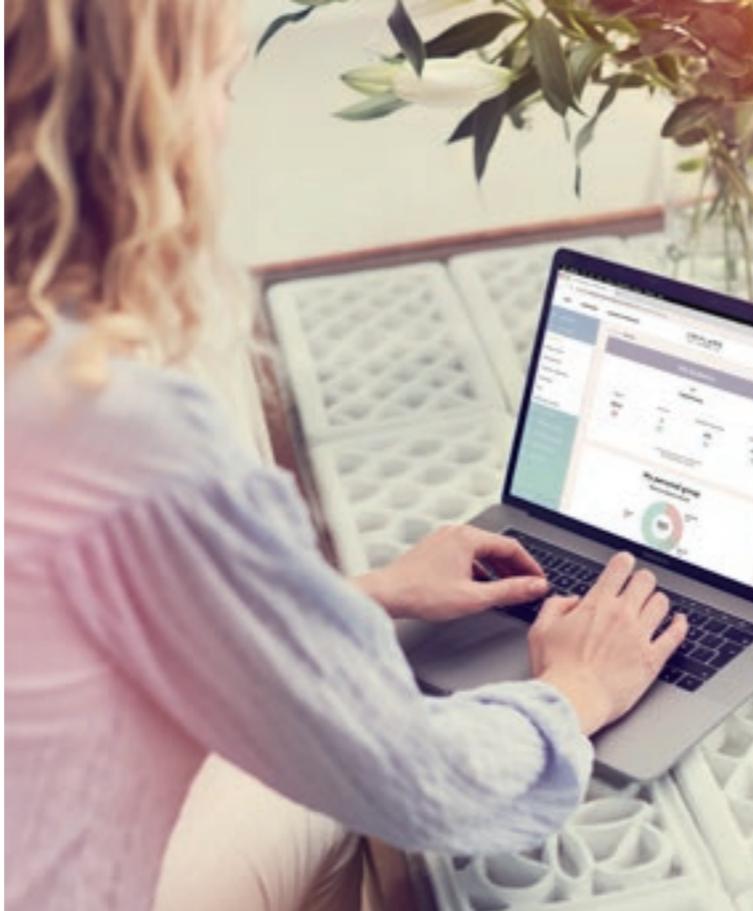
PBP Anzahl	Persönlich gestaffelte Vorteile
0-99 PBP	20%
100 PBP-249 PBP	25%
250 PBP oder höher	30%

### Persönlicher Staffrabatt

Der persönliche Staffrabatt besteht aus einem garantierten Sofortrabatt und einem Treuerabatt (LD). Jeder registrierte Brand Partner hat Anspruch auf einen garantierten Sofortrabatt von 20 % auf jeden persönlichen Bestellwert. Je nach Gesamtvolumen der PBP-Ebenen können zusätzliche 5 % oder 10 % Rabatt erreicht werden. Dieser zusätzliche LD kann für zukünftige Bestellungen genutzt werden.

#### So funktioniert es:

- Am Ende der Kampagne wird die gesamte persönliche Rabattstaffel auf der Grundlage deines erreichten PBP-Bereichs berechnet.
- 20 % Sofortrabatt für persönliche Einkäufe wurden in der aktuellen Kampagne sofort gewährt.
- Die zusätzlichen 5 % oder 10 % sind ein potenzieller LD, der als Differenz zwischen der erreichten persönlichen Rabattstaffel (20 %, 25 % oder 30 %) und dem Sofortrabatt von 20 % berechnet wird.
- Die potenzielle Rabattstufe kann in der nächsten Kampagne genutzt werden, wenn Sie wieder Bestellungen aufgeben. Ihr LD darf die 50 % Ihrer tatsächlichen persönlichen Bestellung nicht überschreiten.
- Ihr LD ist während des nächsten Kampagnenzeitraums gültig und verfällt nach 3 Kampagnen.



PBP Anzahl	Sofortiger Rabatt	Treuerabatt	Gesamter persönlicher Staffrabatt
0-99 PBP	20%	0%	20%
100 PBP--249 PBP	20%	5%	25%
250 PBP oder höher	20%	10%	30%

#### Beispiel: Persönlicher Staffrabatt

Sie haben während einer Kampagne Bestellungen im Wert von 200 € mit 19 % MwSt. aufgegeben. Ihr PBP-Volumen beträgt 176. Sie haben einen garantierten Sofortrabatt von 20 % und erhalten zusätzlich 5 % als Treuerabatt. Das bedeutet, dass Sie zusätzlich zu den regulären 20 % Rabatt einen Rabatt von 10 € erhalten, den Sie in der nächsten Kampagne ausgeben können.

### VIP-Kunden-Bonus

Als Teil Ihres Personal Staggered Benefit (persönlichen Staffelvorteils) erhalten Sie einen VIP-Kunden-Bonus auf jede Ihrer VIP-Kundenbestellungen. Der VIP-Kunden-Bonus liegt zwischen 20% und 30% des Bestellwerts, abhängig von Ihren PBPs.

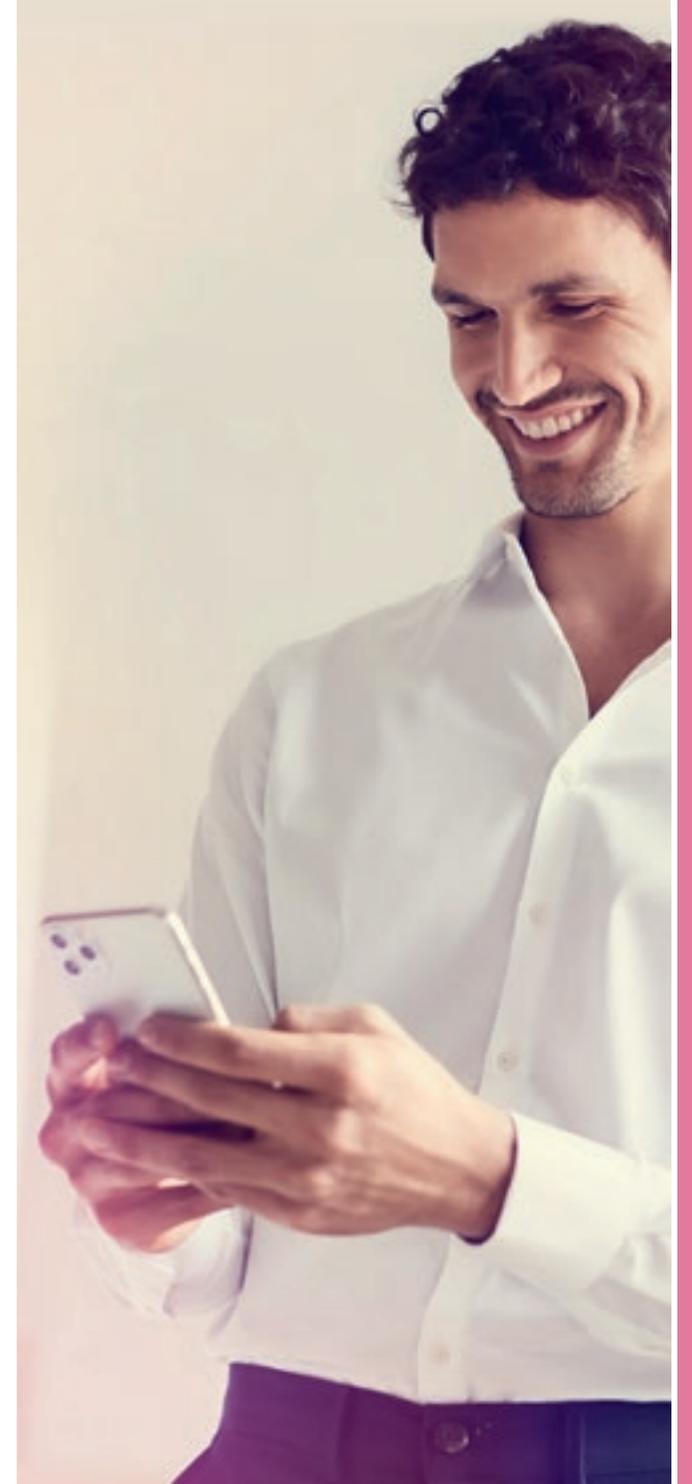
#### Wie funktioniert das?

Am Ende jeder Kampagne wird Ihr VIP-Kunden-Bonus auf den Gesamtwert der Einkäufe Ihrer VIP-Kunden berechnet, ohne Mehrwertsteuer. Je mehr VIP-Kunden Sie online haben und je mehr diese kaufen, desto höher ist der Prozentsatz und der Betrag, den Sie erhalten. Der VIP-Kunden-Bonus wird zu Beginn der nächsten Kampagne als Teil der Erfolgsplan-Provision ausgezahlt.

PBP Anzahl	VIP-Kunden-Bonus
0-99 PBP	20%
100 PBP--249 PBP	25%
250 PBP oder höher	30%

#### Beispiel: VIP-Kunden-Bonus

Sie waren in den sozialen Medien sehr aktiv und haben 5 Personen. Diese haben sich als VIP-Kunden registriert und jeder von ihnen hat für 80 € Hautpflegeprodukte bestellt. Ihr Bestellwert belief sich auf 400 €. Ihr gesamter VIP-Kunden-Bonus unter Berücksichtigung von 19 % MwSt. für diese Kampagne beträgt 101 €, berechnet als  $(400 € - 19 \% \text{ MwSt.} * 30 \%)$ .



# Teilen der Geschäftsmöglichkeit

Möchten Sie eine erfolgreiche Führungsposition bei Oriflame einnehmen? Es gibt eine Reise, die eng mit Ihrer Entwicklung verbunden ist. Hier sind die 3 Phasen der Oriflame-Entwicklungsreise:

## Brand Partner:

Sie können ein Oriflame Brand Partner werden, indem Sie sich anmelden. Wenn Sie die Mitgliedschaft und die jährliche Verlängerungsgebühr bezahlen, kommen Sie in den Genuss aller Vorteile eines Brand Partners. Das Hauptaugenmerk eines Brand Partners sollte darauf liegen, die Produkte zu nutzen und zu genießen, sowie an andere zu verkaufen und diese einzuladen, sich Oriflame anzuschließen.

Als Brand Partner bauen Sie Ihr Selbstvertrauen auf, indem Sie Ihre Erfolge wiederholen. Brand Partner können auch Produkte für sich und ihre Familie mit einem garantierten sofortigen Rabatt von 20 % kaufen.

## Manager:

Die nächste Phase auf Ihrer Oriflame-Reise ist die Position eines Managers. Das Hauptaugenmerk von Managern liegt darauf, ihre Downline darin zu schulen, wie sie erfolgreiche Brand Partner werden können, indem sie verkaufen und andere dazu einladen, sich ebenfalls zu beteiligen und zu verkaufen. Manager gehen mit gutem Beispiel voran, indem sie verkaufen und andere zum Verkaufen einladen. Je mehr Ihr Team wächst, desto mehr Zeit verbringen Sie mit dem Coaching Ihres Netzwerks von Brand Partner.

## Director:

Der nächste Schritt ist die Ernennung zum Director, wobei der Schwerpunkt auf dem Aufbau und der Ausbildung von Managern und anderen Directors liegt. Es ist jedoch nach wie vor wichtig, mit gutem Beispiel voranzugehen und auch weiterhin die Rollen des Brand Partners und des Managers zu erfüllen, indem Sie verkaufen, andere zum Mitmachen und Verkaufen einladen und die grundlegenden Aspekte des Aufbaus von Managern übernehmen. Nach oben gibt es keine Grenze!

Diese Tabelle zeigt Ihnen eine Schätzung der Zeit, die Sie für Ihre Reise benötigen

	Brand Partners	Managers	Directors
<b>Zeitaufwand</b>	1-5 Stunden/Woche	6-15 Stunden/Woche	16+ Stunden/Woche
<b>Verkauf</b>	Lernen	Unterrichten und weitermachen	Unterrichten und weitermachen
<b>Anwerbung</b>	Lernen	Unterrichten und weitermachen	Unterrichten und weitermachen
<b>Aufbau von Teams</b>	-	Lernen	Unterrichten und weitermachen
<b>Mentoring</b>	-	-	Lernen und unterrichten

## Unilevel-Bonus (UB)

Als Belohnung dafür, dass Sie die Geschäftsgelegenheit mit anderen teilen, indem Sie andere zum Mitmachen und Verkaufen einladen, haben Sie Anspruch auf den Unilevel-Bonus, der auf den Einkäufen Ihres Netzwerks basiert. Dieser Bonus kann bereits ab dem ersten Kauf Ihres ersten Rekruten kumuliert werden! Je größer Ihr Netzwerk wird und je mehr Käufe es tätigt, desto höher wird Ihr Unilevel-Bonus. Wenn Sie höhere Titel erreichen, erhöht sich Ihr Unilevel-Bonus im Prozentsatz und in den Ebenen, auf denen er ausgezahlt wird.

Die Größe Ihres Netzwerks wird durch alle Brand Partner in Ihrer Downline definiert, d. h. durch Sie selbst und alle Personen unter Ihnen auf allen Ebenen abwärts.

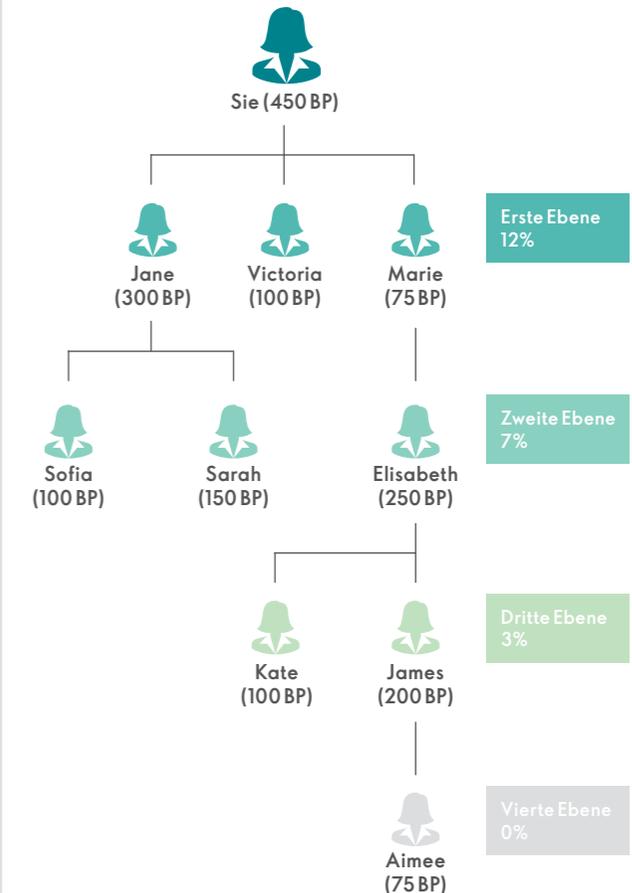
Der Unilevel-Bonus basiert auf dem Geschäftsvolumen (Business Volume, BV) der fünf Ebenen unter Ihnen in Ihrer Downline. Bitte lesen Sie das Glossar zur Berechnung des BV. Eine Ebene ist die Position, die ein Brand Partner im Verhältnis zu einem anderen Brand Partner einnimmt.

Beispiel: Unilevel % bei Brand Partners der 1. Ebene

Titel	Unilevel % bei Brand Partnern der 1. Ebene
Brand Partner Bronze	8%
Brand Partner Silber	9%
Brand Partner Gold	10%
Brand Partner Platin	11%
Team Manager	12%

## Beispiel: Unilevel-Bonus

Sie haben drei Brand Partner registriert. Diese haben begonnen, über den Share & Earn-Link zu verdienen und haben auch einige ihrer Freunde als Brand Partner registriert. In diesem Beispiel haben Sie insgesamt 1800 Downline-Bonuspunkte (DBP) und erreichen den Titel Team-Manager, so dass Sie einen Unilevel-Bonus bis zu Ihren Brand Partner der dritten Ebene erhalten. Ihr gesamter Unilevel-Bonus beträgt 67 €. In der Tabelle auf der Seite "Wie man sich qualifiziert" erfahren Sie mehr über die Prozentsätze des Unilevel-Bonus.





# Mentoring Ihres Teams

Wie bereits erwähnt, sollte sich ein Direktor in erster Linie auf die Entwicklung von Managern und Direktoren konzentrieren. Aus diesem Grund ist Mentoring der Schlüssel zur Entwicklung eines nachhaltigen Oriflame-Geschäfts. Als Belohnung für die Entwicklung Ihres Teams und den Aufbau von Managern und Leadern erhalten Sie einen Generation-Bonus.

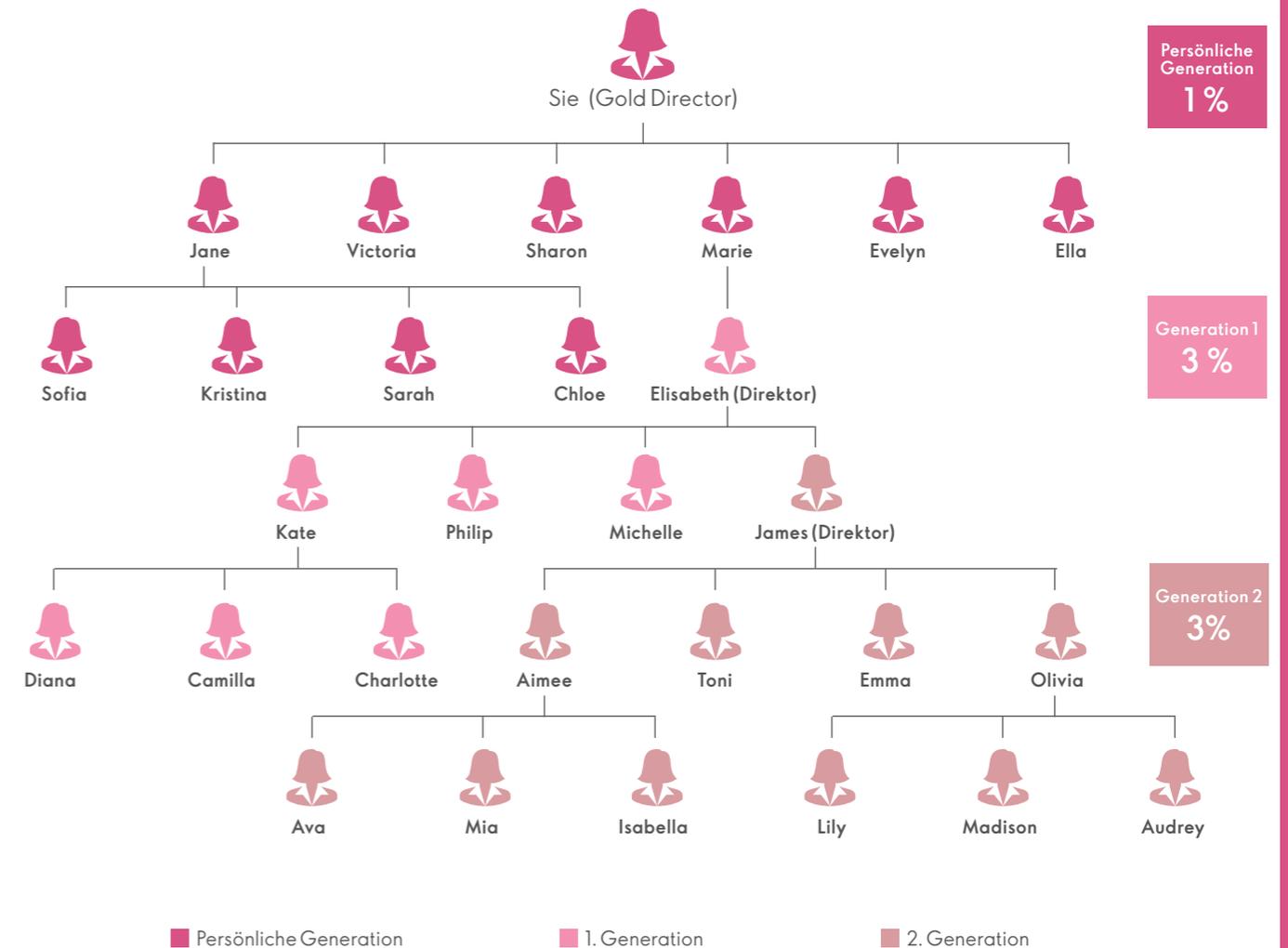
## Generation-Bonus (GB)

Der Aufstieg Ihres Teams eröffnet Ihnen eine ganz neue Gruppe von Boni. Wenn Sie den Titel eines Direktors erreichen, haben Sie Anspruch auf den Generation-Bonus, zusätzlich zu all Ihren anderen Verdiensten. Wenn Sie einen Direktor-Titel oder höher innehaben, erhalten Sie einen zusätzlichen Bonus von 1 % auf Ihre persönliche Generation BV. Wenn Sie einen Direktor-Titel in Gold oder höher haben, erhalten Sie GB von den Direktor-Generationen unter Ihnen.

Je höher Ihr Titel ist, desto mehr Generationen werden bei der Berechnung dieses Bonus berücksichtigt. Er kann bis zu 5 Generationen tief reichen, was bedeutet, dass Sie an einer großen Anzahl von Personen verdienen können. Sie erhalten den GB zusätzlich zum Unilevel-Bonus, und es ist üblich, dass sich diese Boni überschneiden. Eine Generation ist eine Gruppe, die sich in der Downline eines Markenpartners gebildet hat, beginnend mit einem Markenpartner in ihrer Downline, der den Karrieretitel Direktor oder höher hat, und einschließlich aller Personen unter ihm, bis hinunter, aber nicht, einschließlich, zum nächsten Karrieretitel Direktor oder höher.

## Beispiel: Ihr Mentoring:

Indem Sie weiterhin verkaufen und andere zum Mitmachen und Verkaufen einladen, sind Sie ein Vorbild für Ihre Downline. Sie haben gelernt, in beidem zu brillieren und sind nun in der Lage, Ihre eigene Downline zu unterrichten und zu coachen. Dies hat zu ihrem eigenen Wachstum geführt, da sie sich zu Directors entwickelt haben. Sie verdienen jetzt 1 % Extra auf Ihre gesamte persönliche Gruppe und 3% Extra auf die gesamte Generation von Elisabeth, die Ihre erste Generation ist. Ihr Ziel ist es nun, Saphir-Direktor zu werden. Sobald Sie dies erreicht haben, haben Sie Anspruch auf 3 % Extra auf die gesamte Generation von James, Ihrer Generation der zweiten Stufe. In der Tabelle auf der Seite "Wie Sie sich qualifizieren" erfahren Sie mehr über die Prozentsätze des Generationsbonus.



# Qualifikationen und Prämien

Oriflame hat ein System entwickelt, das es Ihnen erleichtert, die Titel zu verstehen und zu vermitteln. Das System fördert die Team-Stabilität innerhalb Ihres Teams und Ihren eigenen Erfolg.

## "Paid-As"-Titel:

Ihr "Paid-As"-Titel bestimmt, was Sie verdienen. Er basiert auf der Leistung in der aktuellen Kampagne und kann daher während eines bestimmten Kampagnenzeitraums variieren. Bei Abschluss jeder Kampagne ist Ihr "Paid-As"-Titel der Titel, den Sie zum Zeitpunkt des Abschlusses der Kampagne haben. Der "Paid-As"-Titel ist privat, er ist nur Ihnen und Ihrer Upline bekannt, er wird nicht an andere Brand Partner weitergegeben.

## Karrieretitel:

Ihr Karrieretitel ändert sich nicht oft und wird für die Anerkennung und den Generationsbonus genutzt. Dies ist der Karrieretitel, den Sie mit Ihrem Team teilen. Wenn Sie zum ersten Mal einen neuen Karrieretitel erreichen, gilt dieser neue Karrieretitel rückwirkend für den ersten Tag der Kampagne, in der er erreicht wurde.

## Behalten Sie Ihren Karrieretitel bei:

Sie müssen Ihre Leistung für mindestens 4 von 9 Kampagnen aufrechterhalten, um Ihren Karrieretitel zu behalten, oder Sie verlieren diesen Titel, bis Sie ihn wieder erlangen. Sie können Ihren Karrieretitel wiedererlangen, indem Sie in 4 von 9 Kampagnen einen bezahlten Titel erreichen, der Ihrem gewünschten Karrieretitel entspricht.

## Bargeldprämie:

Sie haben Anspruch auf eine Bargeldprämie, wenn Sie zu einem neuen Director oder einem höheren Karrieretitel befördert werden. Die Bargeldprämie ist ein einmaliger Bonus, der in zwei Zahlungen aufgeteilt wird. Die erste Zahlung erfolgt zum Zeitpunkt der ersten Beförderung und die zweite, wenn Sie sich während Ihrer ersten Requalifizierungsphase erneut für denselben (oder einen höheren) Karrieretitel qualifizieren. Wenn Sie zu einem höheren Director-Karrieretitel befördert werden, während Sie noch Anteile für einen niedrigeren Titel verdienen, können Sie beide Bargeldprämien erhalten.



## Beispiel: Ihr Titel

In Kampagne 18 wurden Sie zum ersten Mal zum Gold Director befördert. Um Ihren Karrieretitel zu behalten, muss Ihr "Paid-As"-Titel in 4 von 9 Kampagnen ebenfalls Gold Director lauten. Die Kampagne, in der Sie befördert wurden, zählt bereits.

In diesem Beispiel stimmt Ihr "Paid-As"-Titel für 5 der 9 Kampagnen mit Ihrem Karrieretitel als Gold Director überein. Das bedeutet, dass Ihr Karrieretitel "Gold Director" bei der Eröffnung von C9 beibehalten wird. Ab dem Abschluss von C9 werden wir immer die letzten 9 Kampagnen auf einer rollierenden Basis betrachten.

Sie haben Ihre volle Geldprämie erhalten, herzlichen Glückwunsch! Sie haben 750 € mit Ihren Boni aus Kampagne 18 und weitere 750 € mit Ihren Boni aus Kampagne 5 erhalten.

Kampagne	C17	C18	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
"Paid-As"-Titel	Director	Gold Director (1-Mal)	Director	Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Director	Director	Gold Director	Director	Director
Karrieretitel	Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director	Gold Director

# Die Erfolgsleiter



## 5 Fakten über Oriflame-Karrieretitel

- 1 Wenn Sie sich zum ersten Mal für einen neuen Karrieretitel qualifizieren, gilt dieser Karrieretitel rückwirkend für den ersten Tag der jeweiligen Kampagne, in der er erreicht wurde.
- 2 Sie behalten denselben Karrieretitel für 9 Kampagnen (einschließlich der Beförderungskampagne). Während dieses Zeitraums müssen Sie den bezahlten Titel in 4 von 9 Kampagnen erreichen, wobei die aktuelle Kampagne und die vorherigen 8 Kampagnen zusammengerechnet werden. Dies wird ein fortlaufender Prozess mit 9 Kampagnen als Basis sein.
- 3 Wenn ein Leader es versäumt, sich für ihren Karrieretitel neu zu qualifizieren, indem sie für mindestens 4 von 9 Kampagnen nicht als dieser Titel bezahlt wird, dann wird ihr Karrieretitel der höchste Karrieretitel sein, für den sie sich mindestens 4 Mal während dieser 9 Kampagnen qualifiziert hat.  
  
Brand Partner, die diesen Karrieretitel einmal erreicht und dann verloren haben, müssen für mindestens 4 von 9 Kampagnen als dieser Titel bezahlt werden, bevor sie zum zweiten (oder nachfolgenden) Mal in diesen Karrieretitel befördert werden. Während dieses Zeitraums werden sie weiterhin mit dem Titel bezahlt, für den sie sich qualifiziert haben, was bedeutet, dass sie einen bezahlten Als-Titel haben können, der höher ist als ihr Karrieretitel.
- 5 Das bedeutet, dass Sie mehr als einen Titel auf einmal unqualifiziert oder degradiert werden können, je nachdem, welchen höchsten "Paid-As"-Titel Sie während der letzten 9 Kampagnen 4 Mal erreicht haben.

Ihr Titel wird durch eine Kombination von Faktoren bestimmt

**Persönliche Bonuspunkte (PBP):**  
Stellt die Summe der BPs dar, die Sie durch die Einkäufe Ihrer persönlichen und nicht registrierten Kunden als Brand Partner und durch Ihre VIP-Kunden gesammelt haben.

**Titelqualifizierter Bein:**  
Ein titelqualifizierter Arm (z. B. Director-qualifizierter Arm) ist ein Arm, der mindestens einen solchen "Paid-As"-Titel irgendwo in diesem Arm hat. Er kann unendlich tief sein.

**Downline-Bonuspunkte (DBP):**  
DBP ist die Gesamtsumme aller PBP, die von allen Brand Partnern in der Downline eines Brand Partners gesammelt wurden, und zwar in unendlicher Tiefe. DBP ist ein Maß für die Gesamtgröße des Netzwerks.

**Stärkstes-Bein-Regel:**  
Nicht mehr als 50 % der für einen Titel erforderlichen Downline-Bonuspunkte können aus einem einzelnen Leg oder aus Ihren persönlichen Bonuspunkten stammen. Für niedrigere Stufen unterhalb des Direktors ist die Anforderung einfacher - eine bestimmte Anzahl Ihrer Downline-Bonuspunkte muss aus einem einzelnen Leg oder Ihren persönlichen Bonuspunkten stammen, je nachdem, was höher ist. Die Beträge finden Sie in der Tabelle 'Wie man sich qualifiziert'. Diese Regel hilft Ihnen, eine solide Organisation mit hohen Umsätzen in allen Zweigen aufzubauen.

Siehe vollständige Beschreibungen im Glossar

# Wie Sie sich qualifizieren

In den Tabellen können Sie die verschiedenen Voraussetzungen nachlesen, die Sie für Titel, Unilevel-Boni und Generationsboni erfüllen müssen.

Titel:

	Titel	Persönliche Bonuspunkte (PBP)	Downline-Bonuspunkte (DBP)	Regel des stärksten Bein	Titel-qualifizierende Beine
Directors	Senior President Director	200	700 000	350 000	5 Director+ und 3 Saphir Director+
	President Director	200	320 000	160 000	6 Director+ und 2 Saphir Director+
	Executive Director	200	160 000	80 000	7 Director+ und 1 Saphir Director+
	Double Diamond Director	200	80 000	40 000	6 Director+
	Diamond Director	200	40 000	20 000	4 Director+
	Saphir Director	200	22 000	11 000	2 Director+
	Gold Director	200	12 500	6 250	1 Director+
	Director	200	7 500	3 750	-
Manager	Senior Team Manager	200	3 500	1 500	-
	Team Manager	200	1 800	600	-
Brand Partner	Brand Partner Platin	200	1 000	250	-
	Brand Partner Gold	150	500	-	-
	Brand Partner Silber	125	300	-	-
	Brand Partner Bronze	100	200	-	-
	Brand Partner	-	-	-	-

Unilevel-Boni:

	Titel	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 3	Ebene 4	Ebene 5
Directors	Senior President Director	12%	9%	5%	4%	1%
	President Director	12%	9%	5%	4%	1%
	Executive Director	12%	9%	5%	4%	1%
	Double Diamond Director	12%	9%	5%	4%	1%
	Diamond Director	12%	9%	5%	4%	1%
	Saphir Director	12%	9%	5%	4%	1%
	Gold Director	12%	9%	5%	3%	-
	Director	12%	9%	5%	2%	-
Manager	Senior Team Manager	12%	8%	4%	-	-
	Team Manager	12%	7%	3%	-	-
Brand Partner	Brand Partner Platin	11%	6%	-	-	-
	Brand Partner Gold	10%	5%	-	-	-
	Brand Partner Silber	9%	-	-	-	-
	Brand Partner Bronze	8%	-	-	-	-
	Brand Partner	-	-	-	-	-

Generationsboni:

	Titel	Persönliche Generation	Director+ Generation 1	Director+ Generation 2	Director+ Generation 3	Director+ Generation 4	Director+ Generation 5
Directors	Senior President Director	1%	3%	3%	3%	3%	3%
	President Director	1%	3%	3%	3%	3%	3%
	Executive Director	1%	3%	3%	3%	3%	3%
	Double Diamond Director	1%	3%	3%	3%	3%	-
	Diamond Director	1%	3%	3%	3%	-	-
	Saphir Director	1%	3%	3%	-	-	-
	Gold Director	1%	3%	-	-	-	-
	Director	1%	-	-	-	-	-
Manager	Senior Team Manager	-	-	-	-	-	-
	Team Manager	-	-	-	-	-	-
Brand Partner	Brand Partner Platin	-	-	-	-	-	-
	Brand Partner Gold	-	-	-	-	-	-
	Brand Partner Silber	-	-	-	-	-	-
	Brand Partner Bronze	-	-	-	-	-	-
	Brand Partner	-	-	-	-	-	-

# Glossar

## AKTIVE BRAND PARTNER

Brand Partner mit persönlichen Bonuspunkten in einem bestimmten Kampagnenzeitraum. Persönliche Bonuspunkte können durch eigene Bestellungen von Brand Partnern und eigene Bestellungen von zugehörigen VIP-Kunden generiert werden.

## AKTIVITÄT

Anteil in % der Mitglieder, die im aktuellen Kampagnenzeitraum über persönliche Bonuspunkte verfügen.

## BARGELDPRÄMIEN

Einmalige Geldprämie, wenn Sie zum ersten Mal einen neuen Titel im Oriflame-Erfolgsplan erreichen, indem Sie Ihr Netzwerk entwickeln und trainieren, beginnend mit dem Titel Director.

## BEIN:

Ein Bein besteht aus einem Brand Partner der ersten Ebene und ihrer/seiner gesamten Downline.

**BONI:** Boni sind eine Prämie, die Sie erhalten können, wenn Sie die Geschäftsgelegenheit mit anderen teilen, um Oriflame beizutreten und Leader zu entwickeln.

## BONUSPUNKTE (BP)

Jedem Produkt wird eine bestimmte Anzahl von Bonuspunkten zugewiesen. Teurere Produkte und Sets haben mehr Bonuspunkte. Die Bonuspunkte werden berechnet, indem der BV durch das Verhältnis BV/BP geteilt wird. Das BV/BP-Verhältnis kann je nach Marktbedingungen neu definiert werden. Den aktuellsten Wert des BV/BP-Verhältnisses finden Sie auf der Oriflame-Website im Mobile Office, zusammen mit den verschiedenen Variationen des BP für die verschiedenen Produktsegmente.

## DIAMOND TEAM

Umfasst die Titel Diamond Director und Double Diamond Director.

## DIRECTOR TEAM

Umfasst die Titel Director, Gold Director und Saphir Director.

## DOWNLINE

Alle Brand Partner unter Ihnen in Ihrem Netzwerk sind Ihre Downline.

## DOWNLINE-BONUSPUNKTE (DBP)

DBP sind die Gesamtsumme aller PBP, die von allen Brand Partnern in der Downline eines Brand Partners angesammelt werden. DBP ist der PBP von Ihnen selbst und von allen unter Ihnen. DBP sind ein Maß für die Gesamtgröße des Netzwerks.

## EBENE

Brand Partner in Ihrer persönlichen Gruppe unterhalb Ihrer First Line werden in Ebenen gezählt.

## EMPFEHLUNGSLINK "SHARE & EARN"

Ist das einzigartige Online-Marketing-Tool, das allen Brand-Partnern zur Verfügung steht. Durch die Weitergabe des speziell für Sie erstellten Links haben Sie unter anderem die Möglichkeit, neue VIP-Kunden einzuladen und Ihre Einnahmen aus deren Online-Käufen zu steigern sowie ihnen die Oriflame-Geschäftsmöglichkeit vorzustellen.

## EXECUTIVE TEAM

Umfasst den Karrieretitel Executive Director.

## FIRST-LINE BRAND PARTNER

Die Brand Partner, die Sie selbst rekrutieren und direkt sponsern.

## GENERATION

Eine Generation ist eine Gruppe, die sich in der Downline eines Brand Partners gebildet hat, beginnend mit einem Brand Partner in ihrer Downline, die/der den Karrieretitel Director oder höher hat, und einschließlich aller unter ihr/ihm, bis hinunter, aber nicht einschließlich, zum nächsten Karrieretitel Director oder höher. .

## GESCHÄFTSVOLUMEN (BUSINESS VOLUME, BV)

Der Geldwert der Produktverkäufe mit einem persönlichen gestaffelten Rabatt von maximal 30%, abzüglich Mehrwertsteuer und anderer Steuern. Die Höhe Ihrer Boni wird als Prozentsatz des gesamten BV berechnet. Das Geschäftsvolumen kann je nach Produktsegment leicht unterschiedlich berechnet werden, diese Unterschiede finden Sie auf der Oriflame-Website.

## INAKTIVE BRAND PARTNER

Brand Partner ohne persönliche Bonuspunkte (PBP) in einem bestimmten Kampagnenzeitraum. Ein Brand Partner kann inaktiv 1 (hatte PBP in der Kampagne vor der aktuellen), inaktiv 2 (hatte PBP vor zwei Kampagnen), inaktiv 3 (hatte PBP vor drei Kampagnen und wird bei Abschluss der aktuellen Kampagne aus den Mitgliedern entfernt, sofern keine PBP generiert werden) sein.

## KAMPAGNE

Ein Kampagnenzeitraum beträgt normalerweise 21 Tage. Die Kampagne wird für die Berechnung von Boni, Titelqualifikationen, Konferenzqualifikationen und Katalogangeboten genutzt.

## KARRIERETITEL

Wird für Anerkennung und Boni genutzt. Dies ist der Titel, den Sie mit Ihrem Team teilen werden. Wenn Sie einen neuen Karrieretitel zum ersten Mal erreichen, gilt dieser neue Karrieretitel für die gesamte Kampagne, in der er erreicht wird.

## KERNTTEAM

Ein Kernteam setzt sich aus Brand Partnern zusammen, die sich verpflichtet haben, eine Führungsrolle zu übernehmen. In der Regel besteht es aus drei bis fünf Brand Partnern, die einem Manager oder Director unterstellt sind.

## KUNDE

Eine Person, die Produkte von Ihnen oder einer/einem beliebigen Oriflame Brand Partner kauft.

## KUNDENPREIS

Der Preis, den Kunden Ihnen für die Produkte zahlen.

## LEADER

Dieser Ausdruck bezieht sich auf Oriflame Brand Partner, die andere Brand Partner sponsern und führen. Er wird für alle Ebenen genutzt, vom Team Manager bis zum höchsten Titel, Senior President Director.

## MANAGER TEAM

Umfasst die Titel Team Manager und Senior Team Manager.

## MITGLIEDER

Alle Mitglieder ( Brand Partner und VIP-Kunden), die innerhalb der letzten 3 Katalogperioden persönliche Bonuspunkte erhalten haben. Für VIP-Kunden können persönliche Bonuspunkte durch eigene Bestellungen generiert werden. Für Brand Partner können persönliche Bonuspunkte durch eigene Bestellungen der Brand Partner und eigene Bestellungen der zugehörigen VIP-Kunden generiert werden.

## NETZWERK

Im Oriflame-Erfolgsplan bezieht sich dieser Begriff auf alle Brand Partner in Ihrer Downline, einschließlich Directors mit Karrieretitel oder höher und deren Downlines.

## "PAID-AS"-TITEL

Bestimmt, was Sie verdienen; er basiert auf der Leistung in der aktuellen Kampagne und kann daher während eines bestimmten Kampagnenzeitraums variieren. Am Ende jeder Kampagne wird Ihr "Paid-As"-Titel der Titel sein, den Sie bei Abschluss der Kampagne haben.

## PERSÖNLICHE BONUPUNKTE (PBP)

PBP ist die Gesamtsumme aller BP, die ein Brand Partner und alle seine VIP-Kunden in einer einzelnen Kampagne gesammelt haben.

## PERSÖNLICHE GENERATION (PG)

wird auch als persönliche Gruppe bezeichnet. Ihre persönliche Generation umfasst alle Brand Partner, die direkt von Ihnen gesponsert werden (Ihre First Line), sowie deren Downlines - nicht jedoch Brand Partner, die selbst den Karrieretitel Director oder höher erreicht haben, und deren Downlines. Wenn ein Brand Partner in Ihrer persönlichen Generation den Karrieretitel Director erreicht, verlässt er Ihre persönliche Generation und wird zusammen mit seinen Brand Partner eine eigene Generation.

## PRESIDENT TEAM

Umfasst die Titel President Director und Senior President Director.

## REGEL DES STÄRKSTEN BEINE

Nicht mehr als 50 % der für einen Titel erforderlichen Downline-Bonuspunkte können aus einem einzelnen Leg oder aus Ihren persönlichen Bonuspunkten stammen. Für niedrigere Stufen unterhalb des Direktors ist die Anforderung einfacher - eine bestimmte Anzahl Ihrer Downline-Bonuspunkte muss aus einem einzelnen Leg oder Ihren persönlichen Bonuspunkten stammen, je nachdem, was höher ist. Die Beträge finden Sie in der Tabelle "Wie man sich qualifiziert". Diese Regel hilft Ihnen, eine solide Organisation mit hohen Umsätzen in allen Zweigen aufzubauen.

## SPONSOR

Ein Sponsor führt neue Brand Partner bei Oriflame ein und schult und unterstützt sie bei ihren Aktivitäten. Sie sind Sponsor für Ihre First-Line Brand Partner.

## TITELQUALIFIZIERTER BEIN:

Ein titelqualifizierter Bein (z. B. DirectorqualifizierterBein) ist ein Bein, der mindestens einen solchen " bezahlten Als"-Titel "irgendwo in diesem Bein hat. Er kann unendlich tief sein.

## UPLINE

Ihr eigener Sponsor und alle Brand Partner über Ihrem Sponsor sind Ihre Upline.

## UNABHÄNGIGE ORIFLAME BRAND PARTNER

Wird oft als "Brand Partner" bezeichnet. Eine Person, ob Brand Partner, Manager, Director oder Leader, die sich bei Oriflame anmeldet und die Anmeldegebühr bezahlt.

## UNABHÄNGIGE ORIFLAME DIRECTOR

Wird oft als "Director" bezeichnet. Dieser Ausdruck enthält alle Ebenen von Director bis zur höchsten Director-Ebene, Senior President Director.

## UNABHÄNGIGE ORIFLAME MANAGER

Wird oft als "Manager" bezeichnet. Dieser Ausdruck beinhaltet die Stufen Team Manager und Senior Team Manager.

## VIP-KUNDE

Eine Person, die sich ohne Registrierungsgebühr als Kunde bei Oriflame registriert und die Absicht hat, Oriflame-Produkte online zu kaufen.



Die in diesem Dokument dargestellten Aussagen und Beispiele dienen nur der Veranschaulichung. Oriflame gibt keine Garantien hinsichtlich der Erträge. Die tatsächlichen finanziellen Ergebnisse können von Brand Partner zu Brand Partner variieren und werden von Faktoren wie den Fähigkeiten, der Geschäftserfahrung, der individuellen Kapazität, dem Aufwand und der investierten Zeit jedes Brand Partners beeinflusst.

# Richtlinien-Handbuch: Ethik-Kodex und Verhaltensregeln

Es ist wichtig, dass Sie den Ethik-Kodex von Oriflame (der "Kodex") und die Verhaltensregeln (die "Regeln") unten lesen, da sie ein wesentlicher Bestandteil der Bedingungen des Partnerantrags sind. Ein Oriflame Brand Partner muss den Kodex und die Regeln sowie alle Änderungen, die im Newsletter veröffentlicht oder dem Oriflame Brand Partner anderweitig mitgeteilt wurden, einhalten.

Oriflame behält sich das Recht vor, jederzeit und mit sofortiger Wirkung die Mitgliedschaft eines Oriflame Brand Partners zu kündigen, der im Partnerantragsformular falsche Angaben gemacht hat oder gegen den Kodex oder die

Regeln verstößt. Gekündigte Oriflame Brand Partner verlieren alle Rechte und Privilegien, die mit der Mitgliedschaft einhergehen, einschließlich ihres Netzwerks. Der Kodex und die Regeln sind zu Ihrem Schutz da, um sicherzustellen, dass alle anderen Oriflame Brand Partner die gleichen hohen Standards einhalten. Im Einklang mit den ethischen Standards von Oriflame wird von den Oriflame Brand Partnern erwartet, dass sie alle gesetzlichen Bestimmungen des Landes, in dem sie ihr Oriflame Geschäft betreiben, einhalten, auch wenn bestimmte Verpflichtungen nicht im Kodex oder in den Regeln aufgeführt sind.

## Der Oriflame Ethik-Kodex

Als Oriflame Brand Partner verpflichte ich mich, mein Oriflame-Geschäft nach den folgenden Grundsätzen zu führen:

1. Ich werde die Regeln, die in diesem offiziellen Oriflame-Richtlinienhandbuch und anderer Oriflame-Literatur dargelegt sind, einhalten und befolgen. Ich werde nicht nur "buchstabengetreu", sondern auch "sinngemäß" die Regeln befolgen.
2. Mein Leitprinzip bei Geschäften mit Personen, die ich in meiner Eigenschaft als Oriflame Brand Partner treffe, ist es, sie so fair zu behandeln, wie ich selbst behandelt werden möchte.
3. Ich werde meinen Kunden und Brand Partnern die Oriflame-Produkte, die Oriflame-Verdienstmöglichkeiten, die damit verbundenen Schulungen und die anderen von Oriflame angebotenen Möglichkeiten und Vorteile ehrlich und wahrheitsgemäß präsentieren. Ob mündlich oder schriftlich, ich werde nur solche Behauptungen in Bezug auf Produkte, den Verdienst und die anderen Möglichkeiten machen, die in der offiziellen Oriflame-Literatur (einschließlich Anhang erwähnt werden.
4. Ich werde höflich und zügig sein, wenn ich meine Kunden bediene und ihre Bestellungen aufnehme, sowie bei der Bearbeitung von Beschwerden. Ich werde die in der offiziellen Oriflame-Literatur beschriebenen Verfahren für den Umtausch von Produkten einhalten.
5. Ich werde die verschiedenen vorgeschriebenen Verantwortlichkeiten eines Oriflame Brand Partners (und die eines Sponsors und Directors (und höher), wenn ich in diese Verantwortungsebenen aufsteige), wie in der offiziellen Oriflame-Literatur beschrieben, akzeptieren und ausführen.
6. Ich werde mich so verhalten, dass ich nur die höchsten Standards an Integrität, Ehrlichkeit und Verantwortung einhalte.
7. Ich werde das Oriflame-Netzwerk unter keinen Umständen für die Vermarktung von Produkten oder Dienstleistungen nutzen, die nicht von Oriflame genehmigt wurden. Ich werde die Methode des Direktvertriebs an den Verbraucher respektieren und daher nicht über Einzelhandelsgeschäfte jeglicher Art verkaufen.
8. Ich werde die Gesetze und Vorschriften des Landes respektieren, in dem ich meine Oriflame-Geschäfte betreibe, sowie die Gesetze und Vorschriften meiner Gastländer, wenn ich eine internationale Gruppe aufbaue.
9. Ich akzeptiere, dass die Einhaltung dieses Kodex und der Regeln eine Bedingung für meine Mitgliedschaft bei Oriflame ist.

# Der Oriflame Ethik-Kodex

## 1. Definitionen

- A. Der Begriff "Oriflame Brand Partner" umfasst für die Zwecke dieses Dokuments jede/n Oriflame Brand Partner, unabhängig von Titel und Ebene (einschließlich Group Managers, Directors und höher).
- B. Share & Earn-Empfehlungslink: Ist das einzigartige Marketing-Online-Tool, das allen Brand Partnern zur Verfügung steht, um neue VIP-Kunden einzuladen und Ihre Einnahmen aus deren Online-Verkäufen zu steigern sowie ihnen die Geschäftsmöglichkeiten von Oriflame in ausgewählten Märkten vorzustellen.
- C. "Oriflame" bezieht sich in diesem Dokument auf die lokale Oriflame-Einheit, mit der Sie das Partnerantragsformular ausgefüllt haben, sofern nicht anders angegeben.
- D. Die "Sponsorenlinie" umfasst den Oriflame Brand Partner, seinen Sponsor und so weiter, wobei die Linie mit Oriflame endet.
- E. "Persönliche Gruppe" bezieht sich auf alle Oriflame Brand Partner, die direkt und indirekt von einem Oriflame Brand Partner gesponsert werden, jedoch nicht auf die direkten Manager oder ihre Downlines.
- F. "Gruppe" bezieht sich auf die gesamte Downline, einschließlich aller Oriflame Brand Partner, Manager und deren Downlines.
- G. "Die Oriflame-Literatur" bezeichnet den Erfolgsplan, der dieses Richtlinien-Handbuch, die Produktkataloge, die Oriflame Starter Kit-Literatur, den Newsletter und alle anderen gedruckten oder auf der offiziellen Oriflame-Website veröffentlichten Informationen enthält.
- H. "Sponsor" bezeichnet die Person, die eine neue Person in die Oriflame-Beratung einführt.
- Wörter, die mit einem Großbuchstaben beginnen, aber hier nicht definiert sind, haben die gleiche Bedeutung wie in den vorherigen Abschnitten des Erfolgsplans.

## 2. Mitgliedschaft

- 2.1 Um ein Oriflame Brand Partner zu werden, sollte ein/e Kandidat/in in der Regel von einem bereits registrierten Oriflame Partner gesponsert werden. Unter bestimmten Umständen kann Oriflame einen angehenden Oriflame Brand Partner einem beliebigen Netzwerk zuweisen.
- 2.2 Eine Person kann nur eine Oriflame-Mitgliedschaft haben, sei es direkt oder indirekt. Eine indirekte Mitgliedschaft ist z. B. der Besitz von Anteilen an einem Unternehmen, das als Oriflame Brand Partner registriert ist.
- 2.3 Oriflame behält sich das Recht vor, jeden Antrag oder Wiederantrag abzulehnen.
- 2.4 Ein Bewerber muss volljährig und geschäftsfähig sein, um Oriflame Brand Partner zu werden. Oriflame kann nach eigenem Ermessen andere Bewerber vorbehaltlich der schriftlichen Einwilligung des/der Erziehungsberechtigten zulassen.
- 2.5 Die Mitgliedschaft kann nur Einzelpersonen oder einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung oder einer Partnerschaft gewährt werden, bei der die Parteien entweder Ehepartner oder Eltern und Kind/er in einem von Oriflame genehmigten Geschäftsübertragungsprozess sind. Eine juristische Person muss den Namen der Person angeben, die bevollmächtigt ist, in ihrem Namen zu handeln, sowie etwaige Einschränkungen in ihrer Vollmacht. Die Partner sind gegenseitig verantwortlich und Oriflame kann im Falle einer Nichtzahlung alle Gebühren von einem oder beiden zurückfordern.

- 2.6 Ein Oriflame Brand Partner kann innerhalb von 30 Tagen nach dem Beitritt von der Mitgliedschaft zurücktreten (oder länger, falls dies nach der örtlichen Gesetzgebung zulässig ist) und erhält von Oriflame alle als Bedingung für die Mitgliedschaft gezahlten Gelder sowie alle erforderlichen Startmaterialien und Produkte zurück.
- 2.7 Die Oriflame Brand Partner können ihre Mitgliedschaft jederzeit nach Ablauf von 30 Tagen nach dem Beitritt durch schriftliche Mitteilung an Oriflame kündigen. In diesem Fall ist Oriflame nicht verpflichtet, eine der in 2.6 genannten Rückzahlungen zu leisten, mit Ausnahme der erforderlichen Gebühren, die der Brand Partner in den 30 Tagen vor der Kündigung an Oriflame gezahlt hat, um Brand Partner zu werden oder zu bleiben.
- 2.8 Die Mitgliedschaft von Oriflame Brand Partnern erlischt am Jahrestag der Registrierung.
- 2.9 Die Mitgliedschaft kann durch Zahlung der jährlichen Abonnementgebühr, die in der ersten Rechnung nach dem Jahrestag der Registrierung enthalten ist, verlängert werden.
- 2.10 Wenn der Ehepartner von Oriflame Brand Partnern ebenfalls Oriflame Brand Partner werden möchte, müssen beide Ehepartner entweder gemeinsam im Rahmen derselben Mitgliedschaft (in Form einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung oder einer Partnerschaft) oder separat unter der Ehefrau oder dem Ehemann, die/der zuerst Oriflame Brand Partner wurde, gesponsert werden. Wenn die/der Ehepartner/in im Rahmen einer separaten Mitgliedschaft beiträgt, wird jede Geldprämie, die der Ehepartner verdient, von einer höheren Geldprämie abgezogen, die der zuerst beigetretene Ehepartner verdient hat - wenn diese Geldprämie das Ergebnis der Kündigung der Mitgliedschaft des Ehepartners ist, der aus irgendeinem Grund als zweiter beigetreten ist.
- 2.11 Ehemalige Oriflame Brand Partner (oder Ehepartner von ehemaligen Oriflame Brand Partnern) können unter den folgenden Bedingungen eine neue Mitgliedschaft beantragen:
- a) Es müssen mindestens sechs Monate vergangen sein, seit die vorherige Mitgliedschaft durch Kündigung beendet wurde (sofern nicht anders mit Oriflame vereinbart).
- b) In dem neuen Antrag muss angegeben werden, dass er im Rahmen dieser Regel gestellt wird.
- c) Ein ehemaliger Oriflame Brand Partner kann sich sofort wieder als Brand Partner bewerben, ohne anzugeben, dass er/sie ein ehemaliger Oriflame Brand Partner war, wenn er/sie nach einer Kündigung der Mitgliedschaft mindestens 12 Monate inaktiv war, wenn die Kündigung auf die Nichtverlängerung der Mitgliedschaft zurückzuführen ist.
- 2.12 Oriflame hat das Recht, einem Oriflame Brand Partner wegen eines Verstoßes gegen den Ethikkodex und/oder die Verhaltensregeln zu kündigen.
- 2.13 Oriflame behält sich das Recht vor, die Mitgliedschaft eines Oriflame Brand Partners für bis zu 12 Monate mit sofortiger Wirkung auszusetzen, bis ein Verstoß gegen die Regeln untersucht wurde.
- 3. Aufrechterhaltung von Sponsorenlinien**
- 3.1 Oriflame Brand Partner können sich nur dann unter einer anderen Sponsorenlinie erneut anmelden, wenn sie ihre Mitgliedschaft kündigen und eine neue Mitgliedschaft gemäß 2.11 beantragen. Wenn sie ihre Mitgliedschaft kündigen, geht ihre gesamte Gruppe verloren und wird auf ihren ursprünglichen Sponsor übertragen.
- 3.2 Die Übertragung der Mitgliedschaft von einer Person auf eine andere ist nur in besonderen Fällen und nach dem alleinigen Ermessen von Oriflame möglich.
- 3.3 Oriflame Brand Partner, die ihre Mitgliedschaft übertragen möchten, können dies tun, jedoch nur auf ihre engsten Verwandten (nach Ermessen von Oriflame). Ein entsprechendes Schreiben muss an Oriflame gesendet werden. Oriflame Brand Partner, die ihre Mitgliedschaft gemäß dieser Regel übertragen haben, können eine erneute Mitgliedschaft beantragen, wenn seit der Übertragung der letzten Mitgliedschaft mindestens sechs Monate verstrichen sind.

- 3.4 Im Falle des Todes eines Oriflame Brand Partners wird die Mitgliedschaft innerhalb von drei Monaten nach dem Todestag gekündigt, sofern von den nächsten Angehörigen kein Antrag auf Übertragung der Mitgliedschaft gemäß 6.4 gestellt wird. Nach der Kündigung werden alle ausstehenden Zahlungen an den verstorbenen Oriflame Brand Partner an den/die berechtigten Erben des Oriflame Brand Partners ausgezahlt. Oriflame behält sich das Recht vor, als Bedingung für die Auszahlung Dokumente zum Nachweis der Berechtigung des/der Erben zu verlangen.
- 3.5 Die Übertragung einer Gruppe oder eines Teils einer Gruppe ist nicht zulässig.
- 4. Verantwortlichkeiten eines Brand Partners Allgemeine Verantwortlichkeiten**
- 4.1 Oriflame Brand Partner sind verpflichtet, alle Gesetze, Vorschriften und Verhaltensregeln einzuhalten, die für die Ausübung ihrer Mitgliedschaft gelten, einschließlich aller Steuergesetze und -vorschriften in Bezug auf die steuerliche Registrierung und Einreichung. Die Oriflame Brand Partner dürfen sich nicht an Aktivitäten beteiligen, die entweder sie selbst oder Oriflame in Verruf bringen könnten.
- 4.2 Oriflame Brand Partner müssen angemessene Maßnahmen ergreifen, um den Schutz aller privaten Informationen zu gewährleisten, die von einem Kunden, einem potenziellen Kunden oder einem anderen Oriflame Brand Partner zur Verfügung gestellt werden, und zwar in Übereinstimmung mit den lokalen Gesetzen, die für den Schutz der Privatsphäre und den Datenschutz gelten.
- Verantwortlichkeiten gegenüber Kunden**
- 4.3 Oriflame Brand Partner dürfen keine irreführenden, täuschenden oder unlauteren Verkaufspraktiken nutzen.
- 4.4 Zu Beginn des Kontakts mit einem Verbraucher muss sich der Oriflame Brand Partner identifizieren und den Zweck ihrer/seiner Kontaktaufnahme mit einem Kunden oder den Zweck des Anlasses erklären. Der Oriflame Brand Partner stellt sicher, dass ihre/seine Identität als Oriflame Brand Partner in jeder damit verbundenen Kommunikation, sei es per E-Mail, auf einer Website, in den sozialen Medien usw., vollständig transparent ist. Der Name und die Kontaktinformationen sowie die Information, dass es sich bei dem Absender nicht um einen offiziellen Vertreter von Oriflame handelt, müssen klar angegeben werden. Das Wort "Unabhängig" muss immer vor dem Wort "Oriflame Brand Partner" auf allen Identitätsdarstellungen wie E-Mail-Signaturen, Visitenkarten, auf der Website, der Social-Media-Seite und dergleichen hinzugefügt werden.
- 4.5 Oriflame Brand Partner bieten ihren Kunden genaue und vollständige Produktklärungen und -demonstrationen in Bezug auf den Preis und ggf. die Kreditbedingungen, die Zahlungsbedingungen, die Bedenkzeit, einschließlich der Rückgabebedingungen, die Garantiebedingungen, den Kundendienst und die Liefertermine. Die Oriflame Brand Partner müssen alle Fragen der Kunden genau und verständlich beantworten.
- 4.6 Soweit Behauptungen über die Wirksamkeit von Produkten aufgestellt werden, dürfen Oriflame Brand Partner nur solche mündlichen oder schriftlichen Produktaussagen machen, die von Oriflame genehmigt wurden.
- 4.7 Bei allen Produktverkäufen an ihre/seine Kunden stellt ein Oriflame Brand Partner dem Kunden ein Produktbestellungsformular zur Verfügung, in dem Oriflame, der Oriflame Brand Partner, die/der den Verkauf durchführt, einschließlich des Namens, der Adresse und der Telefonnummer, alle wesentlichen Verkaufsbedingungen, die Garantie- und/oder Gewährleistungsbedingungen, Einzelheiten und Einschränkungen des Kundendienstes, die Dauer der Garantie und die dem Kunden zur Verfügung stehenden Abhilfemaßnahmen aufgeführt sind.

- 4.8 Oriflame Brand Partner dürfen keine unzulässigen, unwahren, veralteten oder anderweitig unzutreffenden Zeugnisse oder Befürwortungen nutzen, die in keinem Zusammenhang mit dem Angebot stehen oder in einer Weise genutzt werden, die geeignet ist, den Kunden in die Irre zu führen.
- 4.9 Oriflame Brand Partner dürfen keine Vergleiche nutzen, die irreführend sind. Die Vergleichspunkte müssen auf belegbaren Fakten beruhen. Oriflame Brand Partner dürfen weder direkt noch implizit andere Unternehmen, Geschäfte oder Produkte in unfairer Weise verunglimpfen. Oriflame Brand Partner dürfen den guten Ruf, der mit dem Markennamen und dem Symbol eines anderen Unternehmens, einer anderen Firma oder eines anderen Produkts verbunden ist, nicht in unlauterer Weise ausnutzen.
- 4.10 Oriflame Brand Partner ermöglichen ihren Kunden, eine Bestellung innerhalb der örtlich geltenden Bedenkzeit zu stornieren und bereits gelieferte Waren, die als neu wiederverkauft werden können, gegen Erstattung zurückzusenden. Wenn ein Kunde die Oriflame-Zufriedenheitsgarantie in Anspruch nimmt, bietet der Oriflame Brand Partner dem Kunden die Wahl zwischen einer vollständigen Rückerstattung des Kaufpreises oder einer vollständigen Gutschrift für den Umtausch gegen das gleiche oder ein anderes Oriflame-Produkt. Die Bedenkzeit und die Zufriedenheitsgarantie von Oriflame werden den Kunden deutlich mitgeteilt.
- 4.11 Der Oriflame Brand Partner wird den persönlichen, telefonischen oder elektronischen Kontakt in angemessener Weise und zu angemessenen Zeiten herstellen, um Aufdringlichkeit zu vermeiden. Der Oriflame Brand Partner bricht eine Vorführung oder Verkaufspräsentation auf Wunsch des Verbrauchers ab.
- 4.12 Die Informationen, die der Oriflame Brand Partner dem Verbraucher erteilt, müssen klar und verständlich sein und den Grundsätzen von Treu und Glauben im Geschäftsverkehr sowie den Grundsätzen des Schutzes von Personen, die nach nationalem Recht keine Einwilligung geben können, wie z. B. Minderjährige, Rechnung tragen.
- 4.13 Oriflame Brand Partner dürfen das Vertrauen der einzelnen Verbraucher nicht missbrauchen und müssen die mangelnde Geschäftserfahrung der Verbraucher respektieren und dürfen das Alter, die Krankheit, geistige oder körperliche Gebrechen, Leichtgläubigkeit, mangelndes Verständnis oder mangelnde Sprachkenntnisse eines Verbrauchers nicht ausnutzen.
- 4.14 Oriflame Brand Partner dürfen eine Person nicht zum Kauf von Produkten verleiten, indem sie ihr versprechen, dass der Kunde den Kaufpreis reduzieren oder zurückerhalten kann, indem er potenzielle Kunden für ähnliche Käufe an den Oriflame Brand Partner verweist, wenn solche Reduzierungen oder Rückerstattungen von einem zukünftigen Ereignis abhängen.
- 4.15 Die Oriflame Brand Partner müssen die Kundenbestellungen rechtzeitig erfüllen. Verantwortlichkeiten gegenüber anderen Oriflame-Partnern
- 4.16 Oriflame Brand Partner dürfen anderen Oriflame Brand Partnern keinen Bewerber wegnehmen und sich auch nicht einmischen, indem sie Oriflame Brand Partner in der Sponsorenlinie eines anderen Oriflame Brand Partners anwerben.
- 4.17 Ein Oriflame Brand Partner darf die tatsächlichen oder potenziellen Umsätze oder Einnahmen der Oriflame Brand Partner nicht falsch darstellen. Alle Ertragsdarstellungen und Verkaufszahlen müssen: (a) wahrheitsgemäß, genau und in einer Art und Weise präsentiert werden, die nicht falsch, trügerisch oder irreführend ist, und (b) auf dokumentierten und belegten Fakten auf dem relevanten Markt basieren. Potenzielle Oriflame Brand Partner müssen: (c) darüber informiert werden, dass der tatsächliche Verdienst und Umsatz von Person zu Person variiert und von den Fähigkeiten des Verkäufers, der aufgewendeten Zeit und Mühe sowie anderen Faktoren abhängt, und (d) ausreichende Informationen erhalten, um eine angemessene Bewertung der Verdienstmöglichkeiten zu ermöglichen.

4.18 Ein Oriflame Brand Partner darf anderen Brand Partnern oder potenziellen Brand Partnern keine Gebühren für nicht von Oriflame entwickelte/sanktionierte Materialien oder Dienstleistungen in Rechnung stellen, mit Ausnahme von Gebühren zur Deckung von Kosten, die in direktem Zusammenhang mit nicht obligatorischen, vom Oriflame Brand Partner durchgeführten Schulungen oder Treffen stehen. Alle von Brand Partnern entwickelten Marketingmaterialien müssen mit den Richtlinien und Verfahren von Oriflame übereinstimmen. Oriflame Partner, die genehmigte, rechtlich zulässige Werbe- oder Schulungsmaterialien an andere Oriflame Brand Partner verkaufen: (i) dürfen nur Materialien anbieten, die den gleichen Standards entsprechen, an die sich Oriflame hält, (ii) dürfen den Kauf solcher Materialien nicht zur Bedingung für andere Oriflame Brand Partner machen, (iii) müssen Verkaufshilfen zu einem angemessenen und fairen Preis anbieten, ohne dass der Oriflame Partner einen nennenswerten Gewinn erzielt, der dem ähnlicher Materialien entspricht, die allgemein auf dem Markt erhältlich sind, und (iv) müssen eine schriftliche Rückgabepolitik anbieten, die der Rückgabepolitik von Oriflame entspricht.

4.19 Oriflame Brand Partner dürfen andere Oriflame Brand Partner nur in angemessener Weise und zu angemessenen Zeiten kontaktieren, um Aufdringlichkeit zu vermeiden.

4.20 Oriflame erlegt seinen Partnern keine Bedingungen für Mindestabnahmen auf, weder in Bezug auf die Menge noch auf den Wert. Ebenso wenig darf ein Oriflame Brand Partner die von ihm Gesponserten zwingen, bei ihm zu bestellen, Mindestmengen zu bestellen oder einen Produktbestand zu unterhalten. Alle Oriflame Brand Partner können beliebige Mengen direkt bei Oriflame bestellen, wobei jedoch je nach Bestellmenge Bearbeitungs- und Kuriergebühren anfallen können. Es liegt im Ermessen des einzelnen Oriflame Brand Partners zu entscheiden, ob sie/er aufgrund des zu erwartenden Verkaufs/Verbrauchs einen Vorrat anlegen sollte. Oriflame Brand Partner dürfen andere Oriflame Brand Partner nicht dazu auffordern oder ermutigen, unangemessene Mengen an Lagerbeständen oder Verkaufshilfen zu kaufen. Ein Oriflame Brand Partner darf nicht mehr auf Lager halten, als sie/er vernünftigerweise verkaufen oder verbrauchen kann.

4.21 Oriflame Brand Partner dürfen das Oriflame-Netzwerk nicht für Marketingmaterialien, Produkte oder Programme nutzen, die nicht offiziell von Oriflame genehmigt wurden und die nicht mit den Richtlinien und Verfahren von Oriflame vereinbar sind.

4.22 Oriflame Brand Partner dürfen nicht systematisch Direktverkäufer eines anderen Unternehmens anlocken oder abwerben.

4.23 Oriflame Brand Partner dürfen die Produkte eines anderen Unternehmens, dessen Vertriebs- und Marketingplan oder andere Merkmale eines anderen Unternehmens nicht auf unfaire Weise verunglimpfen.

4.24 Die Oriflame Brand Partner stehen in keinem Beschäftigungsverhältnis mit Oriflame. Wenn sie anderen die Oriflame-Geschäftsmöglichkeit präsentieren, müssen die Oriflame Brand Partner deutlich auf den unabhängigen Charakter dieses Geschäfts und die Tatsache hinweisen, dass kein Beschäftigungsverhältnis mit Oriflame besteht.

4.25 Die Oriflame Brand Partner sind nicht befugt, im Namen von Oriflame Verpflichtungen einzugehen oder zu übernehmen. Sie entschädigen Oriflame für alle Kosten oder Schäden, die durch die Nichteinhaltung dieser Regeln entstehen.

4.26 Ein Oriflame Brand Partner darf keine Bestellungen im Namen eines anderen Oriflame Brand Partners aufgeben, es sei denn, der Oriflame Brand Partner hat dem vorher schriftlich zugestimmt.

4.27 Beim Aufbau ihrer persönlichen Gruppe stellen die Oriflame Brand Partner sicher, dass alle neuen Oriflame Brand Partner die Kreditbedingungen einhalten, sofern ein Kredit angeboten wird.

4.28 Als Sponsor stellt der Oriflame Brand Partner sicher, dass sie/er ihre/seine persönlich gesponserten Oriflame Brand Partner schult und motiviert.

4.29 Ein Oriflame Brand Partner darf ohne die vorherige schriftliche Einwilligung von Oriflame weder an Interviews mit Medien wie Fernsehen, Internet, Radio, Zeitschriften usw. teilnehmen, die sich auf Oriflame beziehen, noch Werbemittel (einschließlich viraler Werbung wie SMS, Internet usw.) zum Zwecke der Vermarktung seines Oriflame-Geschäfts einsetzen.

4.30 Die Oriflame Brand Partner dürfen sich nicht an Dialogen in den sozialen Medien beteiligen, die falsche oder irreführende Informationen über Oriflame, seine Produkte oder Dienstleistungen enthalten oder allgemein zu einem Reputationsverlust von Oriflame führen können (siehe unten: Dialog in sozialen Medien – 10 goldene Regeln).

**5. Andere Regeln und Richtlinien**

5.1. Im Rahmen der Oriflame-Politik gibt es keine exklusiven Territorien oder Franchises. Kein Oriflame Brand Partner hat die Befugnis, ein solches Gebiet oder eine solche Franchise zu gewähren, zu verkaufen, abzutreten oder zu übertragen. Jedem Oriflame Brand Partner steht es frei, ihr/sein Geschäft in jedem Gebiet des Landes, in dem sie/er registriert ist, zu betreiben.

5.2 Der Oriflame Brand Partner muss respektieren, dass Oriflame in bestimmten Märkten und nicht in allen Ländern der Welt tätig ist und seine Verpflichtungen in Bezug auf Produktsicherheit, Produktregistrierung, Import und andere Vorschriften, die für den Handel in den jeweiligen Ländern gelten können, strikt einhält. Oriflame trägt keine Verantwortung für Schäden, Streitigkeiten oder Ansprüche, die sich aus dem grenzüberschreitenden Handel von Oriflame-Partnern in Ländern außerhalb der Märkte, in denen Oriflame tätig ist, ergeben oder damit zusammenhängen. Daher macht Oriflame den Oriflame Brand Partner in vollem Umfang für derartige Ansprüche haftbar.

5.3 Ein Oriflame Brand Partner ist von Oriflame unabhängig. Die einzige Bezeichnung, die auf Visitenkarten, anderen gedruckten Materialien oder in der E-Mail-Kommunikation genutzt werden darf, ist "Unabhängiger (Brand) Partner" oder "Unabhängiger (Brand) Partner von Oriflame" und bei entsprechender Qualifikation "Unabhängiger Beauty Manager" und "Unabhängiger Beauty Director".

5.4 Von Oriflame zur Verfügung gestellte Werbematerialien, Share & Earn-Empfehlungslinks und alle Anwendungen für soziale Medien können ohne weitere Genehmigung wie angegeben genutzt werden. Es versteht sich von selbst, dass die Oriflame Brand Partner keine Website oder Homepage mit dem Domainnamen, der das Wort "Oriflame" enthält, registrieren oder hosten dürfen. Oriflame Brand Partner können den Verkehr zu offiziellen Oriflame-Websites, Blog-Walls und dergleichen leiten. Oriflame behält sich das Recht vor, das Material, das veröffentlicht wird, vorab zu genehmigen. Die Richtlinien für die Online-Präsenz von Oriflame Brand Partnern werden in den Online-Richtlinien für Partner weiter unten beschrieben (Anhang 2).

5.5 Die Marken, Logos und der Name von Oriflame sind Eigentum der Oriflame Cosmetics AG und dürfen vom Oriflame Brand Partner ohne vorherige schriftliche Einwilligung von Oriflame weder in gedruckten Materialien noch im Internet genutzt werden. Liegt eine solche Einwilligung vor, müssen die Marken und Logos genau so genutzt werden, wie in den Oriflame-Richtlinien angegeben.

5.6 Kein Oriflame Brand Partner darf ohne schriftliche Genehmigung von Oriflame Gegenstände herstellen oder von einer anderen Quelle als Oriflame beschaffen, auf denen die Marken oder Logos aufgedruckt oder abgebildet sind.

5.7 Das gesamte gedruckte Material, die Videos, Fotos und das Design von Oriflame sind urheberrechtlich geschützt und dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Oriflame weder in gedrucktem Material noch im Internet ganz oder teilweise vervielfältigt werden. Wenn urheberrechtlich geschütztes Material rechtmäßig genutzt wird, ist es zwingend erforderlich, dass ein sichtbarer und eindeutiger Hinweis auf das Oriflame Copyright erfolgt.

5.8 Kein Oriflame Brand Partner darf Oriflame-Produkte in Einzelhandelsgeschäften, Webshops, Auktionsplattformen oder ähnlichem verkaufen, vorführen oder ausstellen. In solchen Einzelhandelsgeschäften darf keine Oriflame-Literatur verkauft oder ausgestellt werden. Einrichtungen, bei denen es sich technisch gesehen nicht um Einzelhandelsgeschäfte handelt, wie z. B. Schönheitssalons, dürfen als Ausstellungsort genutzt werden, aber nicht zum Verkauf der Produkte.

5.9 Die Inhalte der Oriflame-Websites, wie Texte, Grafiken, Fotos, Designs und Programmierungen, sind ebenfalls urheberrechtlich geschützt und dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Oriflame nicht für kommerzielle Zwecke genutzt werden.

5.10 Spamming (der Missbrauch elektronischer Nachrichtensysteme zum wahllosen Versenden unaufgeforderter Massennachrichten) ist strengstens verboten. Ein Oriflame Brand Partner muss die Anzahl der an Endkunden gesendeten Werbe-E-Mails begrenzen, so dass ein einzelner Empfänger nicht mehr als eine Nachricht pro Woche erhält. Diese Nachrichten können nicht im Namen von Oriflame verschickt werden und daher liegt die volle Verantwortung für den Inhalt beim Absender.

5.11 Unter keinen Umständen ist eine Person befugt, die Produkte umzupacken oder in irgendeiner Weise die Verpackung oder die Etikettierung zu verändern. Die Produkte von Oriflame dürfen nur in ihrer Originalverpackung verkauft werden.

5.12 Die Produkte von Oriflame verursachen keine Schäden oder Verletzungen, wenn sie für den vorgesehenen Zweck und gemäß den mitgelieferten Anweisungen genutzt werden. Oriflame unterhält eine Produkthaftpflichtversicherung für seine Produkte. Die Versicherung deckt Verletzungen oder Schäden ab, wenn es sich um ein fehlerhaftes Produkt handelt, jedoch nicht bei nachlässiger oder fahrlässiger Anwendung oder unsachgemäßem Nutzen eines Produkts.

5.13 Oriflame behält sich das Recht vor, überfällige Rechnungen jederzeit von den an den Oriflame Brand Partner zu zahlenden Einnahmen oder Boni abzuziehen.

5.14 Oriflame hat das Recht, seine Preise und sein Sortiment ohne vorherige Ankündigung zu ändern. Oriflame gewährt keine Boni oder andere Entschädigungen für Verluste, die durch Preisänderungen, Sortimentsänderungen oder nicht vorrätige Produkte entstehen.

5.15 Bei Kündigung der Geschäftsbeziehung zwischen einem Brand Partner und Oriflame verpflichtet sich Oriflame:

(a) Produkte von dem Brand Partner zurückzukaufen. Alle der folgenden Bedingungen müssen erfüllt sein, damit Oriflame eine Rückerstattung gewährt:

- die Rückgabe muss innerhalb von 12 Monaten ab Kaufdatum erfolgen und
- werden zu 90 % des ursprünglich gezahlten Nettopreises nach Abzug aller an das Netzwerk gezahlten Gewinne, Boni oder Geldprämien erstattet, und
- bei den zurückgegebenen Artikeln muss es sich um aktuell vermarktbare Oriflame-Inventar handeln, einschließlich von Oriflame produzierter Werbematerialien, Verkaufshilfen oder Kits.

Für die Zwecke dieser Klausel (a) bedeutet aktuell vermarktbarer Oriflame-Bestand alle Produkte, die:

- nicht genutzt, geöffnet oder in irgendeiner Weise manipuliert worden sind; und
- das Verfallsdatum noch nicht überschritten haben; und
- noch von Oriflame in seinen Katalogen vermarktet werden.

5.17 Wenn ein Oriflame Brand Partner in irgendeiner Weise, sei es rechtlich oder anderweitig, in einen Streit oder eine Aktivität verwickelt ist, die Oriflame oder seinen Ruf in Mitleidenschaft ziehen oder negativ beeinflussen könnte, muss dieser Oriflame Brand Partner Oriflame unverzüglich informieren.

5.18 Oriflame behält sich das Recht vor, den Oriflame-Erfolgsplan, die Qualifikationskriterien oder den Kodex und die Regeln mit sofortiger Wirkung zu erweitern oder zu überarbeiten.

**6. Rechte und Pflichten von Directors und allen höheren Ebenen**

Zusätzlich zu den oben genannten allgemeinen Regeln, die für alle Oriflame Brand Partner gelten, gelten die folgenden Regeln speziell für Directors und höher. Ein Verstoß gegen eine dieser besonderen Regeln führt zum sofortigen Verlust des Status eines Directors (und höher) und aller damit verbundenen Privilegien – einschließlich aller damit verbundenen Vergütungen – und kann sogar zur Kündigung der Mitgliedschaft führen.

6.1 Als Director (und höher) müssen Sie die Partner der persönlichen Gruppe während jeder Katalogperiode betreuen, indem Sie:

- a) Ihre persönliche Gruppe rekrutieren und kontinuierlich weiterentwickeln;
- b) die Mitglieder der persönlichen Gruppe betreuen, anleiten und motivieren;
- c) regelmäßige Treffen abhalten, um sie zu schulen, zu motivieren, Ziele zu setzen und diese zu verfolgen;
- d) Ihre Oriflame Brand Partner in der Downline schulen, damit sie ihre Geschäfte mit Oriflame optimal führen können;
- e) regelmäßige Kommunikation, Information über Sitzungstermine, Veranstaltungsorte, Produktneuheiten, Schulungen, usw. aufrecht halten;
- f) an allen von Oriflame organisierten Seminaren und Treffen teilnehmen;
- g) den Kodex und die Regeln durchsetzen und mit gutem Beispiel vorangehen;
- h) an Geschäftstreffen mit Oriflame teilnehmen, zu denen Sie von Ihrem Gebietsverkaufsleiter aufgefordert werden.

6.2 Ein Director (und höher) darf kein anderes Social Selling-Unternehmen vertreten (und/oder Mitglied eines solchen sein).

6.3 Wenn der Ehepartner eines Directors (und höher) ein Vertreter und/oder Mitglied eines anderen Social Selling-Unternehmens ist, darf der Ehepartner nicht an Oriflame-Treffen und -Veranstaltungen teilnehmen, und die Aktivitäten des Ehepartners müssen von Oriflame getrennt werden. Die Directors (und darüber hinaus) müssen Oriflame informieren, wenn der Ehepartner ein Vertreter und/oder Mitglied eines anderen Social Selling Unternehmens ist.

6.4 Im Falle des Todes eines Directors (und darüber hinaus) kann eine Mitgliedschaft von den nächsten Angehörigen des Directors (und darüber hinaus) in Übereinstimmung mit dem Recht des jeweiligen Landes geerbt werden. Ein schriftlicher Antrag auf die Mitgliedschaft muss innerhalb von 3 Monaten nach dem Todestag gestellt werden. Bei Ausbleiben eines solchen Anspruchs wird die Mitgliedschaft gekündigt. Der Klarheit halber muss die rechtlich begünstigte Person der Mitgliedschaft zustimmen und die Bedingungen für die Partnerschaft einhalten.

6.5 Ein Director (und höher) muss alle zusätzlichen Regeln oder Anweisungen befolgen, die von Oriflame von Zeit zu Zeit schriftlich **mitgeteilt werden**.

**7. Verfahren zur Bearbeitung von Beschwerden**

Jede Beschwerde, die auf Verstößen gegen den Ethik-Kodex oder die Verhaltensregeln beruht, ist an die örtliche Oriflame-Vertriebsorganisation und/oder den Geschäftsführer des in dem betreffenden Land tätigen Oriflame-Unternehmens zu richten. Die Beschwerdestelle in jedem Oriflame-Markt wird vom Geschäftsführer (Oriflame Code Administrator) des lokalen Oriflame-Unternehmens geleitet.

# Anhang 1

## Kommunikationsleitfaden

Wenn Sie sich an einen Kunden/ein potenzielles Oriflame-Mitglied wenden:

### Tun:

- Identifizieren Sie sich und Oriflame
- Erläutern Sie den Zweck Ihrer Anfrage und die Arten von Produkten, die Oriflame anbietet
- Versuchen Sie, alle Fragen fair, wahrheitsgemäß und verständlich zu beantworten.
- Machen Sie nur Behauptungen über die Produkte, die von Oriflame genehmigt wurden. Verweisen Sie Ihre Kontaktperson an die Oriflame-Website, wo sie mehr über die Produkte und die Behauptungen lesen kann.
- Respektieren Sie die Privatsphäre und andere persönliche Einschränkungen, denen die Person unterliegt (z. B. Zeit, Ort, Alter, körperliche Verfassung)
- Beenden Sie jede Erklärung (und gehen Sie), wenn Sie dazu aufgefordert werden
- Erheben und/oder speichern Sie personenbezogene Daten von Kunden oder potenziellen Kunden nur, wenn dies erforderlich ist, und stellen Sie sicher, dass Sie diese personenbezogenen Daten gemäß den lokalen Gesetzen zum Schutz der Privatsphäre und der personenbezogenen Daten behandeln und schützen.
- Wann immer Sie Oriflame Produkte verkaufen:
  - informieren Sie Kunden über den korrekten Preis der Produkte, die Zahlungsbedingungen und das Lieferdatum
  - geben Sie Ihren Kunden zum Zeitpunkt des Verkaufs ein schriftliches Bestellformular
  - informieren Sie Kunden über die Bedenkzeit, in der sie eine Bestellung innerhalb eines bestimmten Zeitraums stornieren können, sowie über ihr Rückgaberecht und die Erstattung des Kaufpreises für gelieferte Produkte, die als neu wiederverkauft werden können
  - die Produktgarantien von Oriflame, den Kundendienst und die vorschriftsmäßigen Abwicklungsverfahren.

- Wenn Sie potenziellen Partnern die Produkte vorstellen:
  - informieren Sie sie darüber, dass die tatsächlichen Einnahmen und Umsätze von Person zu Person variieren und von den Fähigkeiten des Verkäufers, der investierten Zeit und Mühe sowie anderen Faktoren abhängen; und
  - geben Sie ihnen ausreichende Informationen, damit sie die Verdienstmöglichkeiten angemessen bewerten können.

Erinnern Sie Ihre Kontaktperson immer daran, dass Oriflame ein angesehenes Social-Selling-Unternehmen ist, das sich auf nachhaltige Art und Weise auf die Entwicklung innovativer Produkte konzentriert. Oriflame bietet Qualitätsprodukte und die Möglichkeit, ein Geschäft aufzubauen. Die Geschäftsmöglichkeit bietet eine unabhängige, unterhaltsame und flexible Möglichkeit, die eigene finanzielle Situation zu verbessern und gleichzeitig die eigenen Fähigkeiten und das Selbstwertgefühl zu steigern.

### Unterlassen:

- Drängen Sie den Kunden nicht zum Kauf oder zur Mitgliedschaft - es ist in Ordnung, wenn der Kunde dies nicht tut; er kann trotzdem zu Ihnen zurückkommen, wenn Sie einen professionellen Eindruck gemacht und ihn fair behandelt haben.
- Übertreiben Sie die Produkteigenschaften nicht - schildern Sie fair und ehrlich Ihre Erfahrungen mit einem Produkt; verweisen Sie immer auf die Packungsbeilage oder andere vom Unternehmen bereitgestellte Informationen
- Übertreiben Sie keine Fakten über:
  - die Nutzung, Merkmale und Eigenschaften der Oriflame-Produkte;
  - die Einkommensmöglichkeiten, die Oriflame bietet (z. B. in Bezug auf die Zeit und die Leichtigkeit, mit der die einzelnen Ebenen erreicht werden können, die erwarteten Beträge, die auf jeder Ebene verdient werden können, und allgemein die Leichtigkeit und die Wahrscheinlichkeit, erfolgreich zu sein - denken Sie daran, dass alles von der Zeit und dem Aufwand abhängt, die man bereit ist, zu investieren, und von den persönlichen Fähigkeiten des Einzelnen!
  - Ihren eigenen Erfolg und Ihre Erfahrungen mit Oriflame oder das Nutzen der Erfolgsaussagen anderer, die nicht der Wahrheit entsprechen oder irreführend sind;
- Keine Lügen, Irreführung oder Täuschung oder aggressives, aufdringliches oder respektloses Verhalten;
- Zögern Sie nicht, Ihrem Kontakt mitzuteilen, dass Sie keine Antwort auf seine Frage haben oder sich nicht sicher sind, und wenden Sie sich an den Oriflame Sales Support, um die Frage zu klären; kehren Sie dann mit einer korrekten Antwort zu ihm zurück.
- Nutzen Sie niemals die personenbezogenen Daten von Kunden, anderen Oriflame-Partnern und/oder potenziellen Oriflame-Mitgliedern missbräuchlich oder ohne die erforderliche Genehmigung.

- Keine Vergleiche mit anderen Unternehmen nutzen, die nicht auf überprüfbaren Fakten beruhen.
- Schädigen Sie nicht den Ruf eines anderen Unternehmens in unlauterer Weise und verführen oder werben Sie kein Verkaufspersonal eines anderen Unternehmens systematisch ab.
- Verleiten Sie keine Person zum Kauf von Waren mit der Begründung, dass sie den Kaufpreis reduzieren oder zurückerhalten kann, indem sie andere Kunden für ähnliche Einkäufe an Sie verweist.

# Anhang 2

## Online-Richtlinie für Partner

Diese Richtlinie dient dazu, zu klären, wie Oriflame Brand Partner ihre Präsenz im Internet gestalten können, ohne die Aktivitäten von Oriflame zur Markenbildung zu beeinträchtigen oder gegen urheberrechtliche Gesetze, Regeln und Vereinbarungen zu verstoßen.

### 1. Allgemeines

Oriflame bietet seinen Brand Partnern die Möglichkeit, einen Partner Share & Earn-Empfehlungslink sowie verschiedene andere zentral bereitgestellte Tools einzurichten, um die Oriflame Produkte und Geschäftsmöglichkeiten im Internet zu verkaufen und zu bewerben.

Diese Anwendungen sind heute die einzigen zugelassenen digitalen Tools, mit denen die Brand Partner Produkte zum Verkauf anbieten sowie Bilder und Logos zeigen können, für die Oriflame die Rechte besitzt.

Brand Partner dürfen auch Websites betreiben, auf denen sie über Oriflame, seine Produkte und Möglichkeiten kommunizieren, solange deutlich darauf hingewiesen wird, dass es sich dabei nicht um offizielle Oriflame-Seiten handelt. Es muss jederzeit ersichtlich sein, wer hinter der Website steht, und die entsprechenden Kontaktinformationen müssen ersichtlich sein. Der Brand Partner sollte in seinen eigenen Worten kommunizieren und darf Texte von Oriflame nur unter deutlicher Angabe der Quelle zitieren.

Ein Brand Partner darf keine E-Commerce-Seiten erstellen, auf denen Oriflame-Produkte verkauft werden, oder anderweitig E-Commerce außerhalb der genehmigten Oriflame-Anwendungen betreiben.

### 2. Domain-Name

Brand Partners may not register Brand Partner dürfen keine Domainnamen registrieren, die das Wort "Oriflame" enthalten. Der Brand Partner darf keine Social Media Seite/Gruppe mit

Namen und Bild registrieren, die Verbraucher zu der Annahme verleiten können, dass es sich um eine offizielle Oriflame-Seite/Gruppe handelt:

- Der Name und das Bild einer Seite/Gruppe in den sozialen Medien (z. B. Facebook, VKontakte, Instagram) müssen klar erkennen lassen, dass sie von einer Einzelperson betrieben wird, z. B. "Annas Oriflame Team" mit Annas eigenem Bild.
- Der Name einer Seite oder Gruppe in sozialen Medien darf z. B. nicht "Oriflame Casablanca" mit einem offiziellen Oriflame-Bild, d. h. dem Oriflame-Logo oder Oriflame-Bildern, benannt werden.

### 3. Haftungsausschluss

Brand Partner, die eigene Websites betreiben und erwähnen, dass sie Teil von Oriflame sind, müssen sicherstellen, dass sie deutlich angeben, dass folgendermaßen agieren:

- a) Unabhängige Brand Partner für Oriflame
- b) Unabhängige Oriflame-Partner

Diese Informationen müssen deutlich auf der Startseite sowie unter einem Haftungsausschluss, der auf allen Seiten der Website sichtbar ist, veröffentlicht werden. Name und Kontaktinformationen sollten auf der Website oder in den Kontoinformationen für eine Social Media-Seite verfügbar sein. Wenn ein Brand Partner eine private Website ohne Zugehörigkeit zu Oriflame hat, ist diese Richtlinie natürlich hinfällig.

### 4. Inhalt und Verweise auf Oriflame

Es dürfen keine Inhalte von der offiziellen Oriflame-Website kopiert und unter dem eigenen Namen des Partners veröffentlicht werden. Wenn ein Brand Partner offizielle Oriflame-Inhalte von einer Domain im Besitz von Oriflame auf seine eigene Website verlinkt, muss dies deutlich angegeben werden.

### 5. Bilder

Ein Brand Partner darf weder Stand- noch Bewegtbildmaterial von einer offiziellen Oriflame-Website übernehmen und auf seiner eigenen Website veröffentlichen. Das gesamte Bildmaterial ist urheberrechtlich geschützt, und Oriflame hat die Rechte erworben, es zu nutzen. Diese Rechte werden nicht auf Brand Partner übertragen.

- Bewegte Bilder, Videos usw.: Dürfen über die Sharing-Funktion genutzt werden, sofern verfügbar. Die Freigabefunktion bietet einen automatischen Verweis auf die Quellseite.
- Bilder von Models oder Personen: Dürfen über die Sharing-Funktion genutzt werden, sofern verfügbar. Die Freigabefunktion verweist automatisch auf die Quellseite.
- Bilder von Oriflame-Produkten: Dürfen mit oder ohne Sharing-Funktion genutzt werden, sofern die Quellseite sichtbar und eindeutig angegeben wird (zum Beispiel: "Quelle: www.oriflame.com 2012").

Alle Ansprüche von Dritten, die an Oriflame gerichtet sind, werden an den Brand Partner übertragen.

### 6. Das Oriflame-Logo

Das Oriflame-Logo darf in den Formaten genutzt werden, die auf den offiziellen Oriflame-Websites zu finden sind. Das Logo darf nicht verändert oder animiert werden und darf nur als Kopf- oder Fußzeile einer Seite sowie in E-Mail-Signaturen in seinem ursprünglichen Format genutzt werden.

### 7. Verbreitung in sozialen Medien

Oriflame fördert die Präsenz in Blogs, sozialen Netzwerken und ähnlichen Websites. Brand Partner werden ermutigt, Blogs und Kommentare zu Oriflame-Produkten zu schreiben, wenn sie dies für angemessen halten, müssen sich jedoch an den Abschnitt 1.3 des Ethik-Kodexes halten, was Produktaussagen betrifft. Wir empfehlen Brand Partnern, so weit wie möglich die von Oriflame zur Verfügung gestellten Sharing-Funktionen zu nutzen, um eine korrekte Darstellung und Quellenangabe zu gewährleisten.

### 8. Suchmaschinenmarketing

Brand Partner können Suchmaschinenmarketing betreiben, wie z. B. Google Adwords, wenn die Oriflame-Regeln für die Online-Präsenz befolgt werden. Darüber hinaus:

- Die Anzeige muss deutlich darauf hinweisen, dass sie von einem unabhängigen Partner erstellt wurde.
- Die Überschrift darf nicht den Eindruck erwecken, dass es sich um eine offizielle oder in irgendeiner Weise von Oriflame unterstützte Anzeige handelt, und es ist verboten, "Oriflame" als Schlüsselwort zu nutzen. Bitte bedenken Sie, dass z. B. jeder Käufer von Adwords für jegliche Verstöße gegen andere Markeninhaber verantwortlich ist.

### 9. Schulungsgebühren

Brand Partnern ist es nicht gestattet, Gebühren für Online-Schulungen und Webinare zu erheben, die über die direkten Kosten für die Durchführung der Veranstaltung selbst hinausgehen.

### 10. Online-Verkauf

Brand Partnern ist es nur gestattet, Oriflame-Produkte online über genehmigte Oriflame-Anwendungen zu verkaufen, wie z. B. über ihren eigenen Personal Beauty Store.

Es ist Brand Partnern nicht gestattet, Oriflame-Produkte über Einzelhandels-Websites oder Online-Marktplätze zu verkaufen.

### 11. Spamming

Spamming – das wahllose Versenden von unaufgeforderten Massennachrichten – ist streng verboten.

Weitere praktische Informationen und Beispiele für die Einhaltung der Online-Richtlinie für Partner finden Sie im Digitalen Handbuch für Partner.

ORIFLAME  
— SWEDEN —

ERFOLG AUF IHRE ART

ORIFLAME  
— SWEDEN —