Deutschland - Deutsch

Amare Richtlinien und Verfahren – Europa

Amare Global Germany GmbH, c/o Forvis Mazars GmbH & Co. KG,
Theodor-Stern-Kai 1, 60596 Frankfurt am Main, Deutschland

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung **5**
1.1. Im Vertrag für Unabhängige Brand Partner enthaltene Richtlinien und Vergütungsplan 5
1.2. Vertragszweck 5
1.3. Änderungen des Vertrags für Unabhängige Brand Partner 5

2. Ethikkodex **6**
2.1. Verpflichtung des Unternehmens 6
2.2. Verpflichtungen des Unabhängigen Brand Partners 6

3. Begriffsbestimmungen **7**

4. Werde ein unabhängiger Brand Partner **9**
4.1. Die Voraussetzungen, um Unabhängiger Brand Partner zu werden 9
4.2. Die Registrierung neuer Brand Partner 9
4.3. Vorteile für Brand Partner 10
4.4. Identifikationsnummern 10
4.5. Laufzeit des Vertrags 10
4.6. Befolgung von Gesetzen, Verordnungen und ethischen Standards 10
4.7. Minderjährige 10
4.8. Handlungen von Haushaltsmitgliedern oder verbundene Personen 11

5. Wie du dein Amare-Geschäft betreibst **11**
5.1. Einhaltung des Amare Global-Vergütungsplans 11
5.2. Keine Entschädigung nur für die Registrierung 11
5.3. Keine garantierte Vergütung 11
5.4. Sonderprogramme 12
5.5. Werbung im Allgemeinen 12
5.6. Rangbestimmung 12
5.7. Geschäftlicher Ruf 12
5.8. Brand Partner-Meetings 12
5.9. Geschäftseinheiten 12
5.10. Wirtschaftliches Eigentum am Amare Global-Geschäft 13
5.11. Sponsoring 13
5.12. Fehler oder Fragen 13
5.13. Status als Unabhängiger Vertriebshändler 14
5.14. Versicherungsschutz für die Geschäftsaktivitäten 14
5.15. Produkthaftungsdeckung 14

6. Werbung, Werbematerial, Verwendung von Firmennamen und Markenzeichen **14**
6.1. Das geistige Eigentum von Amare Global 14
6.2. Verwendung von Firmennamen, Markenzeichen und urheberrechtlich geschütztem Material 15
6.3. Verkaufsstellen, dienstleistungsorientierte Einrichtungen und gewerbliche Verkäufe 16
6.4. Werbung und Werbematerialien 16
6.5. Verzicht auf das Recht auf Öffentlichkeitsarbeit 17
6.6. Medien und Medienanfragen 17
6.7. Spamming und unaufgeforderte Massenkommunikation 18
6.8. Telemarketing 18
6.9. Fachmessen, Ausstellungen und andere Verkaufsforen 19
6.10. Beschränkungen für das Internet und für Fremd-Websites 19
6.11. Beschränkungen für soziale Medien 21
6.12. Sonstige Werbebestimmungen 22
6.13. Umpackungs- und Umetikettierungsverbot 22

7. Änderungen am Brand Partner-Geschäft 22
7.1. Änderung von Informationen zum Brand Partner-Vertrag 22
7.2. Platzierung 23
7.3. Sponsorwechsel 23
7.4. Wechsel des Anwerbers eines Brand Partners 23
7.5. Änderung der Organisation 24
7.6. Verkaufen, Abtreten oder Delegieren des Eigentums 24
7.7. Scheidung eines Brand Partners 24
7.8. Auflösung der Geschäftseinheit 25
7.9. Nachfolge 26
7.10. Übertragung bei Arbeitsunfähigkeit eines Brand Partner 26

8. Nicht autorisierte Behauptungen und Handlungen 26
8.1. Entschädigung 26
8.2. Angaben zu Produkten 27
8.3. Aussagen zum Einkommen 27
8.4. Keine aggressive Preisgestaltung 28

9. Interessenkonflikt 28
9.1. Abwerbungsverbot 28
9.2. Konkurrierende Produkte und Geschäftsgelegenheiten 28
9.3. Überkreuz-Anwerbung (Cross-Recruiting) 29
9.4. Verbot unethischer Sponsoring-Aktivitäten 29

10. International marketing 30

11. Pflichten der Brand Partner 30
11.1. Änderung der Kontaktinformationen 30
11.2. Fortlaufende Schulung 30
11.3. Permanente Vertriebspflichten 31
11.4. Keine Herabsetzung 31
11.5. Meldung von Richtlinienverstößen 31

12. Vertrieb 31
12.1. Produktverkäufe 31
12.2. Verkaufseinnahmen 32
12.3. Bereitstellung und Pflege von Einzelhandelsbestellformularen/Aufzeichnungen 32

13. Boni und Provisionen 32
13.1. Qualifikationen für Boni und Provisionen 32
13.2. Berechnung von Provisionen und Unstimmigkeiten 32
13.3. Einbeziehung in einen Bonuszeitraum 32
13.4. Auszahlung einer Amare-Gutschrift 32
13.5. Downline-Aktivitätsberichte 33
13.6. Garantien 33

14. Produktgarantien, Rückgabe und Rückkauf von Lagerbeständen 33
14.1. KUNDEN-Löschung, Produktzufriedenheitsgarantie und Rückgabebedingungen 33
14.2. BRAND PARTNER-Löschung und Rückkaufverfahren 34
14.3. Rückgabeverfahren 35
14.4. Rücksendung von beschädigten oder fehlerhaft versandten Produkten 36
14.5. Provisionsanpassungen infolge der Rückgabe von Produkten im Rahmen der Löschung, des Rückkaufs oder der Kunden-Rückgabepolitik 36
14.6. Beschränkungen für den Wiederverkauf von Produktpaketen 37

15. Datenschutzerklärung 37
15.1. Einführung 37
15.2. Anspruch auf Datenschutz 37
15.3. Zugang zu Informationen durch Mitarbeiter 37
15.4. Beschränkungen bei der Offenlegung von Kontoinformationen 37
15.5. Verpflichtungen der Brand Partner zum Schutz der Privatsphäre 37

16. Urheberrechtlich geschützte Informationen und Geschäftsgeheimnisse 38
16.1. Geschäftsberichte, Listen und urheberrechtlich geschützte Informationen 38
16.2. Verpflichtung zur Vertraulichkeit 38
16.3. Verstoß und Rechtsbehelfe 38
16.4. Rückgabe oder Vernichtung von Berichten 38

17. Streitbeilegung und Disziplinarverfahren 39
17.1. Disziplinarmaßnahmen 39
17.2. Missstände und Beschwerden 39
17.3. Schlichtungsausschuss 39
17.4. Geltendes Recht und Gerichtsstand 40

18. Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens 40
18.1. Kauf von überschüssigen Vorräten untersagt 40
18.2. Die Verkaufsanforderungen werden durch den Vergütungsplan geregelt 40

19. Bestellungen 41
19.1. Allgemeine Bestellrichtlinien 41
19.2. Bonuskäufe 41
19.3. Einschränkungen für die Verwendung von Kreditkarten durch Dritte und Zugang zu Girokonten 41
19.4. Kauf von Amare-Produkten 41
19.5. Allgemeine Bestellrichtlinien 41
19.6. Versand und Rückstandsbearbeitung 41
19.7. Bestätigung der Bestellung 42

20. Zahlung und Versand 42
20.1. Einzahlung 42
20.2. Unzureichende Geldmittel 42
20.3. Zurückgesandte Pakete 42
20.4. Umsatz-, Nutzungs- und Mehrwertsteuer 42

21. Untätigkeit und Löschung 43
21.1. Wirkung der Löschung 43
21.2. Unfreiwillige Löschung 43
21.3. Freiwillige Löschung 43
21.4. Umklassifizierung 44
21.5. Roll-Up der Organisation 44

22. Rechtsnachfolger und Abtretungsempfänger 44

23. Recht auf Änderung 44

24. Widerrufsrecht von Amare 44

25. Verschiedenes 44
25.1. Verzögerungen 44
25.2. Trennbare Richtlinien und Bestimmungen 45
25.3. Verzicht 45
25.4. Datum des Inkrafttretens 45

1. Einführung

Die Amare Richtlinien und Verfahren regeln deine Rechte und Pflichten als Unabhängiger Vertriebspartner von Amare Global. Bei Fragen zu einer Richtlinie oder Regel bitten wir den Unabhängigen Vertriebspartner, sich an seinen Sponsor oder einen anderen Unabhängigen Vertriebspartner seiner Upline zu wenden. Bei weiterem Klärungsbedarf kann sich der Unabhängige Vertriebspartner unter compliance.eur@amare.com mit Amare Global Compliance in Verbindung setzen.

1.1. Im Vertrag für Unabhängige Brand Partner enthaltene Richtlinien und Vergütungsplan

a. Diese Richtlinien und Verfahren von Amare Global sind Bestandteil der Geschäftsbedingungen des Vertrags über die Beantragung als Unabhängiger Brand Partner („Geschäftsbedingungen"). Diese Richtlinien und Verfahren, die Geschäftsbedingungen und der Amare Global Vergütungsplan stellen den gesamten Vertrag („Vertrag") zwischen Amare Global Germany GmbH, c/o Forvis Mazars GmbH & Co. KG,mit Sitz in 60596 Frankfurt am Main Theodor-Stern-Kai 1 - Deutschland + 49 (0)6996759239 cs.ger@amare.com und www.amare.com, seinen verbundenen Unternehmen oder Tochtergesellschaften, die in Europa tätig sind, („Amare" oder „Amare Global" oder das „Unternehmen") und dem Unabhängigen Amare Vertriebspartner („Brand Partner", „Unabhängiger Brand Partner" oder „Amare Brand Partner") dar. Der Vertrag oder Teile davon können vom Unternehmen gemäß den darin enthaltenen Bestimmungen geändert werden.

b. Auch wenn diese Richtlinien und Verfahren nicht ausdrücklich in den Vertrag aufgenommen werden, geben sie dennoch die offizielle Position von Amare in Bezug auf diese Richtlinien wieder. Jeder Verstoß gegen diese Firmenrichtlinien kann einen Verstoß gegen den Vertrag eines Unabhängigen Brand Partners darstellen und den Brand Partner den darin enthaltenen Disziplinar- und Kündigungsbestimmungen aussetzen. Wenn im Folgenden der Begriff „Vertrag" verwendet wird, bezieht er sich auf die gegenseitigen Verpflichtungen zwischen Amare und den Unabhängigen Brand Partnern (wie sie in den Geschäftsbedingungen, diesen Richtlinien und Verfahren, im Amare Global Vergütungsplan dargelegt sind) und (falls zutreffend) den Antrag einer Amare Geschäftseinheit.

c. Es liegt in der Verantwortung jedes Brand Partners, die jeweils aktuelle Version dieser Richtlinien und Verfahren zu verstehen und zu befolgen. Wenn ein neuer Brand Partner gesponsert wird, sollte der sponsernde Brand Partner dem neuen Brand Partner-Bewerber helfen, diese permanente Verpflichtung zu verstehen.

1.2. Vertragszweck

a. Zweck des Vertrags ist es, eine Person zu ermächtigen, ein Unabhängiger Brand Partner des Unternehmens zu sein, und die jeweiligen Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Verpflichtungen aller Parteien festzulegen. Der Unabhängige Brand Partner bestätigt diesen Vertrag jedes Mal, wenn er Amare Bonus-/Provisionszahlungen erhält oder eine Großhandelsbestellung aufgibt. In der Erwartung des Erfolgs des Unabhängigen Brand Partners präsentiert das Unternehmen diese Richtlinien und Verfahren und fordert den Unabhängigen Brand Partner auf, diese strikt und vollständig zu befolgen.

b. Amare stellt innovative Produkte her und vermarktet diese Produkte über Unabhängige Brand Partner. Amare investiert viel in die Bereitstellung von Marketingmaterialien, in die Entwicklung des Markenwerts für das Unternehmen und in die Entwicklung von Vergütungssystemen für Brand Partner. Dennoch sind der Erfolg des Unternehmens und der Erfolg der Brand Partner letztlich von der Integrität der Personen abhängig, die die Produkte vertreiben. Da es sich bei den Amare-Geschäftspartnern um unabhängige Unternehmen handelt, haben die Brand Partner einen großen Spielraum in Bezug auf die Führung ihrer Tätigkeit und die Bestimmung der Zeiten und Verfahrensweisen ihrer Arbeit. Ungeachtet dieser Unabhängigkeit behält sich Amare das vertragliche Recht vor, sein geistiges Eigentum zu schützen, unhaltbare Produktansprüche zu verhindern und die Integrität seines Geschäftsmodells zu wahren. Die vorliegenden Richtlinien und Verfahren dienen diesem Zweck. Da Sie mit vielen dieser Praxisstandards möglicherweise nicht vertraut sind, ist es sehr wichtig, dass Sie den Vertrag für Unabhängige Brand Partner und diese Firmenrichtlinien lesen und befolgen.

c. Wenn Sie Fragen zu einer Richtlinie oder Regel haben, zögern Sie nicht, sich unter compliance.eur@amare.com mit Amare Global Compliance in Verbindung zu setzen.

1.3. Änderungen des Vertrags für Unabhängige Brand Partner

Amare kann den Vertrag für Unabhängige Brand Partner jederzeit nach eigenem und freiem Ermessen ändern. Mit der Unterzeichnung des Vertrags für Unabhängige Brand Partner erklärt sich der Brand Partner

bereit, alle von Amare beschlossenen Ergänzungen oder Änderungen zu befolgen. Änderungen werden mit der Veröffentlichung dieser Änderungen in den Amare-Publikationen oder im Back Office wirksam. Das Unternehmen wird allen Brand Partnern eine vollständige Kopie der geänderten Bestimmungen in einer oder mehrerer der nachgenannten Formen zur Verfügung stellen: (1) Veröffentlichung auf der offiziellen Website des Unternehmens (2) elektronische Post (E-Mail) (3) Aufnahme in Unternehmenszeitschriften (4) Aufnahme in Produktbestellungen oder Bonusauszahlungen (5) Trainings oder Werbeveranstaltungen des Unternehmens oder (6) spezielle Postsendungen. Auch die Fortführung des Amare-Geschäfts eines Brand Partners oder die Annahme von Boni oder Provisionen durch einen Brand Partner stellt die Annahme sämtlicher Änderungen dar.

2. Ethikkodex

a. Amare Global erwartet und verlangt, dass sowohl die Brand Partner als auch das Unternehmen ihre Geschäfte in Übereinstimmung mit den höchsten Standards ethischen Verhaltens und Respekts gegenüber allen, mit denen sie arbeiten, führen. Alle Unabhängigen Brand Partner werden diese ethischen Verhaltensweisen befolgen, wann immer sie Amare und seine Produkte repräsentieren.
b. Amare ist Vollmitglied von SELDIA und befolgt den Verbraucherkodex und den Verhaltenskodex für Unternehmen. Außerdem müssen die Unabhängigen Brand Partner diese Kodizes, die unter https://seldia.eu/ zu finden sind, in ihrer Ganzheit verstehen und genau befolgen.

2.1. Verpflichtung des Unternehmens

Die Unabhängigen Brand Partner können vom Unternehmen erwarten, dass es sowohl nach den allgemeinen Geschäftsgesetzen als auch nach den für die Network-Marketing-Branche geltenden Gesetzen tätig ist. Das grundlegende Vertrauen zwischen den Unabhängigen Brand Partnern und dem Unternehmen erlegt dem Unternehmen die bedeutende Pflicht auf, diese Beziehung als seine wichtigste Absicherung zu schützen und Fairness und Gerechtigkeit für alle Beteiligten zu gewährleisten.

a. Das Unternehmen wird:
   1. seine Geschäfte ethisch und professionell führen
   2. die Bestellungen auf effiziente Weise abwickeln und den prompten Versand der Produkte gewährleisten
   3. den Unabhängigen Brand Partnern die erforderlichen Organisations- und Mengendaten für die Übersicht ihrer Geschäftstätigkeiten bereitstellen
   4. den Unabhängigen Brand Partnern ihre Vergütung gemäß dem festgelegten Vergütungsplan zukommen lassen
   5. alle Vorschriften in Bezug auf den Verkauf und Vertrieb von Produkten und die Vergütung der Beteiligten einhalten
   6. Seine Politik unparteiisch umsetzen und dabei Fairness und Gerechtigkeit gewährleisten, um die Interessen aller Unabhängigen Brand Partner zu wahren
   7. Eine Haftpflichtversicherung für seine Produkte bereitstellen, wenn diese gemäß den Anweisungen auf dem Etikett verwendet und gemäß der genehmigten Marketingstrategie beworben werden.

b. Das Unternehmen wird Folgendes nicht tun:
   1. den Geschäftserfolg garantieren
   2. Provisionen/Boni lediglich für die Registrierung neuer Brand Partner festsetzen
   3. Unabhängigen Brand Partnern gestatten, Interessenten oder Downline-Mitglieder zum Kauf übermäßiger Bestände zu zwingen
   4. jegliche Form von unerlaubten oder irreführenden Behauptungen über Produkte tolerieren
   5. Unabhängigen Brand Partnern erlauben, sich mit ihrem Inventar zu übernehmen, nur um Provisionen/Boni zu verdienen
   6. die Position eines Unabhängigen Brand Partners ohne Einhaltung des geltenden Verfahrens beenden.

2.2. Verpflichtungen des Unabhängigen Brand Partners

a. Der Unabhängige Brand Partner wird:
   1. sein/ihr Geschäft ethisch und professionell betreiben
   2. klarstellen, dass der Erfolg im Rahmen des Vergütungsplans des Unternehmens von Einzelhandelsverkäufen und nicht von möglichst vielen Anwerbungen abhängig ist

3. die Möglichkeiten des Vergütungsplans und der Rückgabepolitik, wie sie vom Unternehmen dargelegt werden, sogfältig darlegen
4. die einschlägigen Verbraucherschutzgesetze und -normen einhalten
5. Unabhängigen Brand Partnern in seiner/ihrer Organisation authentische Trainings, Ermutigung und Unterstützung anbieten.

b. Der Unabhängige Brand Partner wird Folgendes nicht tun:
1. Jemanden zu einer Zahlung bewegen, indem Vorteile in Aussicht gestellt werden, wenn andere natürliche oder juristische Personen dazu gebracht werden, dem Unternehmen beizutreten
2. Das Unternehmen mit irreführenden, illegalen oder unethischen Praktiken führen (einschließlich Überkreuz-Anwerbungen und Bonuskäufe)
3. Aggressive Taktiken bei Verkaufs- oder Anwerbungsbemühungen
4. Falsche Behauptungen und Aussagen oder falsche Versprechungen über die Geschäftsgelegenheit oder die Produkte des Unternehmens machen oder durch Behauptungen, dass hohe Gewinne leicht zu erzielen sind, in die Irre führen
5. Personen unter dem gesetzlichen Mindestalter oder solche, die nicht in der Lage sind, fundierte Entscheidungen zu treffen, anwerben oder registrieren
6. in Ländern tätig sein, die nicht offiziell für die Geschäfte des Unternehmens zugelassen sind
7. Das Unternehmen, seine Unabhängigen Brand Partner, Produkte, den Vergütungsplan, die Führung oder die Mitarbeiter und Angestellten schlechtmachen, herabwürdigen oder negative Kommentare abgeben
8. Versuchen, die Unternehmensrichtlinien in irgendeiner Weise zu umgehen.

3. Begriffsbestimmungen

Aktiv: Der Unabhängige Brand Partner, der im laufenden oder vorangegangenen Kalendermonat ein Geschäftsvolumen von 100 PV aus persönlichen Bestellungen für den persönlichen Gebrauch oder Wiederverkauf und/oder Kundenbestellungen generiert.

Aktiver Kunde: Ein Kunde, der innerhalb der letzten zwölf Monate Amare Global-Produkte gekauft hat.

Brand Partner: Eine natürliche oder juristische Person, die sich als Teilnehmer an der Amare Global-Geschäftsmöglichkeit als unabhängiger Vertragspartner gemäß Vertrag registriert und berechtigt ist, Produkte zu Großhandelspreisen zu kaufen, die Produkte weiterzuverkaufen, andere Brand Partner in die Organisation zu sponsern, um dasselbe zu tun und am Amare Vergütungsplan teilzunehmen.

Löschung: Die Beendigung der Position eines Brand Partners. Die Löschung kann entweder freiwillig oder unfreiwillig oder durch Nichtverlängerung erfolgen.

Provisionszeitraum: Der Zeitrahmen, der für die Berechnung der wöchentlichen und monatlichen Provisionen verwendet wird. 1) Wöchentlicher Provisionszeitraum - bestimmt mit Beginn Montag 00:00 Uhr (Mitternacht) bis Sonntag 23:59:59 Uhr (MEZ), unter Berücksichtigung der Sommerzeit, und wird am Freitag nach Ende des Zeitraums ausgezahlt. In Gebieten, in denen die Sommerzeit nicht gilt, kann sich die Frist für die wöchentlichen Provisionen um eine Stunde verschieben. 2) Monatlicher Provisionszeitraum - definiert nach Kalendermonat von Mitternacht des ersten (1.) bis 23:59:59 Uhr des letzten Tages des Monats, MEZ, unter Berücksichtigung der Sommerzeit, und wird bis zum 15. des folgenden Kalendermonats ausgezahlt. In Gebieten, in denen die Sommerzeit nicht gilt, kann sich die Frist für die monatlichen Provisionen um eine Stunde verschieben. Eine Zeitänderung wird im Backoffice des Unabhängigen Brand Partners und in der Unternehmenskommunikation bekannt gegeben.

Commissionable Volume (CV): Das Verkaufsvolumen, für das Provisionen an BP gezahlt werden. Jedes Produkt hat einen CV-Wert, der nicht immer dem ausgegebenen Eurobetrag entspricht.

Vergütungsplan: Richtlinien und Referenzunterlagen, die beschreiben, wie Brand Partner Provisionen und Boni generieren können.

Kunde: Eine Person, die gelegentlich oder regelmäßig Amare Global-Produkte für den persönlichen Gebrauch erwirbt und die nicht als Brand Partner registriert ist. Kunden sind nicht berechtigt, eine Organisation aufzubauen und nehmen nicht am Vergütungsplan teil. Kundenbestellungen werden zum empfohlenen Einzelhandelspreis (SRP) abgewickelt und direkt von Amare ausgeführt. Alle Verkäufe an Kunden, einschließlich Save and Subscribe-

Bestellungen, tragen zum PV des Unabhängigen Brand Partners bei, über den die Bestellungen getätigt werden. Kunden sind nicht berechtigt, das Produkt weiterzuverkaufen.

Vertriebspartnerschaft: Das unabhängige Amare Global-Geschäft, das jeder Brand Partner betreibt und das es jedem Brand Partner erlaubt, den Verkauf von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen an seine Kunden zu fördern, eine Organisation aufzubauen und an Werbeaktionen und Programmen teilzunehmen, die speziell für Brand Partner gelten.

Familienmitglied: Für die Zwecke dieser Richtlinien und Verfahren gelten als Familienmitglied Vater, Mutter, Bruder, Schwester, Großvater, Großmutter, Tanten, Onkel, Cousins und Cousinen ersten Grades, Kinder und Enkelkinder (sowohl Geschwister als auch Halbgeschwister) des Brand Partners. Unter diese Definition fallen auch Familienangehörige, Lebenspartner, Lebensgemeinschaften oder Personen, die nach Ansicht des Unternehmens in einer Lebensgemeinschaft leben oder voneinander finanziell abhängig sind. Dies gilt auch für alle Geschäftseinheiten, an denen ein Familienmitglied eine Mehrheitsbeteiligung hält.

Frontline: Kunden oder Brand Partner gelten als Frontline, wenn sie direkt unter ihrem Anwerber in dessen Downline auf Stufe 1 platziert sind.

Haushalt: Ehepartner/Lebensgefährten und unterhaltsberechtigte Personen, die an derselben Adresse wohnen.

Identifikationsnummer (ID): Eine exklusive Nummer, die an Unabhängige Brand Partner vergeben wird, um Verkäufe und Käufe zu überwachen und um neue Unabhängige Brand Partner für die Organisation zu registrieren. Für Kunden erfasst diese Nummer die Käufe für den persönlichen Gebrauch. Sowohl Unabhängige Brand Partner als auch Kunden sind verpflichtet, diese Nummer bei allen Mitteilungen und Transaktionen mit dem Unternehmen zu verwenden.

Standbein: Eine Sponsorlinie, die bei einem Unabhängigen Brand Partner beginnt, sich durch seine Frontline fortsetzt und sich nach unten über unendlich viele Stufen erstreckt.

Stufe: Die Schichten der Brand Partner in deiner Organisation. Die von dir persönlich registrierten Brand Partner sind auf deiner Stufe 1 („Frontline"). Die Brand Partner, die von diesen registriert wurden, sind auf deiner Stufe 2. Die von deiner Stufe 2-Brand Partnern registrierten Brand Partner sind auf deiner Stufe 3 usw.

Sponsorlinie (LOS): Ein von Amare Global erstellter Bericht, der wichtige Daten zu den Identitäten der Brand Partner, Verkaufsinformationen und Anmeldeaktivitäten der einzelnen Organisationen der Brand Partner enthält. Dieser Bericht enthält vertrauliche Informationen und Geschäftsgeheimnisse, die Eigentum von Amare Global sind.

Offizielles Amare Global-Material: Unterlagen, Audio- oder Videomaterial in jeglichem Format und andere gedruckte, digitale oder Online-Materialien, die von Amare Global entwickelt, gedruckt, veröffentlicht und verteilt werden.

Organisation: Die Kunden und Brand Partner, die unter einem Brand Partner registriert werden, einschließlich derer, die direkt oder indirekt vom Unabhängigen Brand Partner angeworben werden, und die sich über unendlich viele Stufen und Standbeine in den Sponsorlinien fortsetzen.

Paid-as-Rang: Der tatsächliche Bezahlungsrang, für den sich ein Unabhängiger Brand Partner während eines bestimmten Provisionszeitraums im Amare-Vergütungsplan qualifiziert. Dieser kann, muss aber nicht dem Recognition Rank, dem Anerkennungsrang, des Unabhängigen Brand Partners entsprechen.

Platzierung: Die Position eines Brand Partners innerhalb seiner Sponsor-Organisation.

Qualifiziert/Berechtigt: Wenn ein Unabhängiger Brand Partner das wöchentliche oder monatliche Verkaufsvolumen und die organisatorische Aktivität erreicht, die erforderlich sind, um Provisionen/Boni zu generieren.

Replizierte Website: Eine Website, die den Brand Partnern von Amare Global zur Verfügung gestellt wird, um Kunden und andere Brand Partner zu sponsern und Produkte und Dienstleistungen von Amare Global zu verkaufen.

Subscribe and Save-Programm: Eine fakultative, im Voraus festgelegte Bestellung, die systematisch und in regelmäßigen Abständen mit einer vorab genehmigten Zahlungsmethode, die beim Unternehmen hinterlegt ist, ausgeführt wird. Das Subscribe and Save-Programm ist keine Voraussetzung für die Teilnahmeberechtigung am Amare-Vergütungsplan. Das Subscribe and Save-Programm unterliegt besonderen Geschäftsbedingungen für bestimmte Märkte.

Sponsor: Ein Brand Partner, der einen Kunden oder einen anderen Brand Partner bei Amare Global registriert und als Sponsor im Brand Partner-Vertrag aufgeführt ist. Das Registrieren anderer Personen und deren Training zum Brand Partner wird als „Sponsoring" bezeichnet. Ein anderer Begriff für Sponsor ist Anwerber (siehe Abschnitt 5.11 „Sponsoring").

Upline: Sponsoren über einem bestimmten Brand Partner, die mit dem Unternehmen verbunden sind. Dies sind die Personen, die, vorbehaltlich qualifizierter Verkäufe, Provisionen für die Verkaufsaktivitäten dieses Unabhängigen Brand Partners erhalten können. Die Upline bietet ihren Downline-Mitgliedern häufig Unterstützung, Training und Mentoring, um ihnen zum Erfolg bei ihren Verkaufs- und Geschäftsbemühungen zu verhelfen. Die Upline basiert auf Sponsoren oder Platzierung.

4. Werde ein unabhängiger Brand Partner

4.1. Die Voraussetzungen, um Unabhängiger Brand Partner zu werden

a. Um Unabhängiger Brand Partner von Amare zu werden, muss ein Bewerber:
   1. zum Zeitpunkt des Antrags volljährig sein und/oder alle anderen gesetzlichen Voraussetzungen für den Abschluss eines Vertrags erfüllen
   2. wahrheitsgemäße und korrekte Angaben in Bezug auf Identität, Wohnort, Telefonnummer und E-Mail-Adresse oder andere Informationen machen, die das Unternehmen von Zeit zu Zeit benötigen kann.
   3. einen Wohnsitz oder eine gültige Adresse in dem Land haben, in dem sich der Amare-Brand Partner bewerben möchte
   4. den ordnungsgemäß ausgefüllten Amare Brand Partner-Antrag und -Vertrag bei Amare einreichen oder vollständige Informationen und alle angeforderten Unterlagen rechtzeitig zur Verfügung stellen
   5. die Geschäftslizenz bezahlen. Die Geschäftslizenz enthält alles, was für die Gründung eines Amare-Geschäfts erforderlich ist: 1 Jahr Zugang zu deinem Amare Back Office, replizierte Website und das Recht, deine Produkte auf Großhandelsebene zu kaufen.
   6. eine eindeutige Identifikationsnummer für Steuer- oder Geschäftszwecke angeben, die von dem Land, in dem der Geschäftspartner die Mitgliedschaft bei Amare beantragt, vergeben wird.
   7. Er darf kein Angestellter von Amare Global, der Ehepartner eines Angestellten von Amare Global oder mit einem Angestellten von Amare Global verwandt sein und im selben Haushalt wie dieser Angestellte leben, es sei denn, die Personalabteilung und die Compliance-Abteilungen von Amare Global haben dies vorher genehmigt.

4.2. Die Registrierung neuer Brand Partner

a. Ein potenzieller Brand Partner kann sich auf der Website des Sponsors oder auf der Website des Unternehmens selbst registrieren. In einem solchen Fall akzeptiert Amare Global anstelle eines physisch unterzeichneten Brand Partner-Vertrags die Web-Registrierung und den Brand Partner-Vertrag, indem die „elektronische Unterschrift" als Akzeptanz der Geschäftsbedingungen dieses Brand Partner-Vertrags durch den neuen Brand Partner angesehen und anerkannt wird. Bitte beachten, dass eine solche elektronische Unterschrift eine rechtsverbindliche Vereinbarung zwischen dem Brand Partner und Amare Global darstellt.
b. Amare Global behält sich das Recht vor, für jedes Konto, unabhängig von der Herkunft, unterschriebene Papierdokumente zu verlangen;
c. Auf Wunsch muss der unterzeichnete Brand Partner-Vertrag innerhalb von vierzehn (14) Tagen nach der Registrierung bei Amare Global eingehen, andernfalls wird das Konto automatisch gesperrt;
d. Unterzeichnete Dokumente, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Brand Partner-Verträge, sind rechtsverbindliche Verträge, die nach ihrer Unterzeichnung nicht mehr verändert, manipuliert oder in irgendeiner Weise geändert werden dürfen. Falsche oder irreführende Angaben, gefälschte Unterschriften oder Änderungen an Dokumenten, einschließlich der Formulare für die Gewerberegistrierung, die nach der Unterzeichnung eines Dokuments vorgenommen werden, können

zu Sanktionen führen, die bis zur unfreiwilligen Beendigung der Vertriebspartnerschaft des Brand Partners reichen können;

e. Amare Global behält sich das Recht vor, eingereichte Anträge oder Online-Anmeldungen zu genehmigen oder abzulehnen;
f. Ein unvollständiger, fehlerhafter oder betrügerischer Antrag wird von Anfang an als ungültig betrachtet.

4.3. Vorteile für Brand Partner

Sobald der Brand Partner-Antrag und -Vertrag von Amare akzeptiert wurden, ist der Brand Partner zur Teilnahme am Amare Global-Vergütungsplan berechtigt. Soweit dies nach den örtlichen Gesetzen und den Unternehmensrichtlinien für deinen Standort zulässig ist, umfassen diese Leistungen das Recht:

1. auf den Kauf von Amare-Produkten zum Preis des Brand Partners
2. auf Zahlung der entsprechenden Provisionen und Boni, wie im Amare Global Vergütungsplan festgelegt
3. auf Teilnahme an Werbeaktionen, Anreizprogrammen oder anderen Wettbewerben, die von Zeit zu Zeit von Amare angekündigt werden
4. andere Personen wie Kunden oder Brand Partner für das Amare-Geschäft zu registrieren oder anzuwerben;
5. regelmäßige Amare-Unterlagen und andere Amare-Mitteilungen zu erhalten, wenn während des Anmeldeverfahrens die Zustimmung erteilt, wurde
6. Teilnahme an von Amare gesponserten Unterstützungs-, Service-, Trainings-, Motivations- und Anerkennungsveranstaltungen gegen Zahlung der entsprechenden Gebühren, falls zutreffend.

4.4. Identifikationsnummern

a. Das Unternehmen kann eine persönliche Steueridentifikationsnummer für Steuererklärungszwecke vom Antragsteller verlangen. Im Rahmen seines Vertragsrechts lehnt das Unternehmen es ab, einer Person ohne Steueridentifikationsnummer oder einer Person, die nicht bereit ist, ihre Steueridentifikationsnummer (oder Sozialversicherungsnummer) auf dem Antrag anzugeben, eine Position als Unabhängiger Brand Partner zu gewähren. Es liegt in der alleinigen Verantwortung des Antragstellers/Brand Partners, dafür zu sorgen, dass er im Rahmen seiner Präsenz tätig ist.
b. Amare Global behält sich das Recht vor, einen Antrag abzulehnen oder einen bestehenden Vertrag fristlos zu kündigen, wenn festgestellt wird, dass die bei der Anmeldung angegebene Steueridentifikationsnummer falsch oder ungültig ist;
c. Amare Global behält sich das Recht vor, Provisionszahlungen für jeden Brand Partner einzubehalten, der seine Sozialversicherungsnummer und/oder Steueridentifikationsnummer nicht angibt oder falsche Angaben macht. Wenn es sich bei einem Brand Partner um eine ausländische Person mit Aufenthaltsgenehmigung handelt, muss der Brand Partner Amare Global ein Dokument vorlegen, das eine gültige, von offiziellen Behörden ausgestellte Steueridentifikationsnummer aufweist.
d. Nach der Registrierung wird Amare Global dem Brand Partner eine Amare Global-Identifikationsnummer zukommen lassen. Diese Nummer wird verwendet, um Bestellungen aufzugeben, Organisationen zu strukturieren und Provisionen und Boni zu verfolgen. Die Kunden werden eine separate und unterscheidbare Identifikationsnummer haben, die sie bei der Bestellung von Produkten verwenden können. Unabhängige Brand Partner- und Kunden-ID-Nummern müssen in der gesamten Korrespondenz mit dem Unternehmen angegeben werden.

4.5. Laufzeit des Vertrags

Die Laufzeit des Vertrags für Unabhängige Brand Partner beginnt mit dem Datum der Erteilung der Identifikationsnummer und wird, wie hierin oder im Vertrag für Unabhängige Geschäftspartner vorgesehen beendet.

4.6. Befolgung von Gesetzen, Verordnungen und ethischen Standards

a. Viele Gemeinden haben Gesetze, die bestimmte Arten von Heimarbeit regeln. In den meisten Fällen sind diese Verordnungen aufgrund der Art ihrer Geschäftstätigkeit nicht auf Brand Partner anwendbar. Die Brand Partner müssen jedoch die für sie geltenden Gesetze einhalten. Wenn ein Regierungsbeamter oder eine Behörde einen Brand Partner darüber informiert, dass eine Verordnung auf ihn zutrifft, sollte der Brand Partner höflich und kooperativ reagieren; gegebenenfalls wird der Brand Partner aufgefordert, eine Kopie der Verordnung an die Compliance-Abteilung von Amare zu senden.

b. Der Brand Partner ist verpflichtet, bei jeglichem geschäftlichen Umgang mit Verbrauchern den SELDIA European Direct Selling Code of Conduct einzuhalten, der unter www.seldia.com abgerufen werden kann.

4.7. Minderjährige

Keine Person, die in ihrem Staat oder Wohnsitzland als minderjährig anerkannt ist, kann ein Amare Brand Partner sein. Brand Partner dürfen keine Minderjährigen für das Amare-Programm anwerben oder anmelden.

4.8. Handlungen von Haushaltsmitgliedern oder verbundene Personen

a. Wenn ein Mitglied des unmittelbaren Haushalts eines Brand Partners eine Tätigkeit ausübt, die, wenn sie vom Brand Partner ausgeführt würde, gegen eine Bestimmung des Vertrags verstoßen würde, wird diese Tätigkeit als Verstoß des Brand Partners betrachtet und Amare kann disziplinarische Maßnahmen gegen den Brand Partner ergreifen. Ähnlich verhält es sich, wenn eine natürliche Person in irgendeiner Weise mit einer Kapitalgesellschaft, einer Personengesellschaft, einer Treuhandgesellschaft oder einem anderen Unternehmen verbunden ist (allgemein „Geschäftseinheit") gegen den Vertrag verstößt, wird/werden diese Handlung(en) als ein Verstoß der Geschäftseinheit betrachtet und Amare kann disziplinarische Maßnahmen gegen die Geschäftseinheit ergreifen.
b. Wenn sich ein Brand Partner bei Amare Global als Geschäftseinheit registriert, ist jede Verbundene Partei der Geschäftseinheit persönlich und individuell an die Geschäftsbedingungen des Vertrags gebunden und muss diese einhalten. Diese Verbundenen Parteien können nicht Mitantragsteller oder Begünstigte einer separaten Amare Global Vertriebspartnerschaft sein

5. Wie du dein Amare-Geschäft betreibst

5.1. Einhaltung des Amare Global-Vergütungsplans

a. Die Brand Partner müssen sich an die Bedingungen des Amare Global-Vergütungsplans halten. Eine Abweichung vom Vergütungsplan ist verboten.
b. Brand Partner dürfen die Amare-Geschäftsgelegenheit nicht mit einem anderen System, Programm oder eine anderen Marketingmethode als die in den offiziellen Amare-Unterlagen beschriebenen oder in irgendeiner Weise von der ausschließlichen Verwendung der offiziellen Formulare von Amare abweichenden anbieten oder damit kombinieren. Die Brand Partner dürfen die Teilnahme an Amare nicht in einer Weise verlangen oder fördern, die von dem Programm, das in den offiziellen Amare-Unterlagen dargelegt wird, abweicht. Ebenso dürfen Brand Partner andere nicht dazu auffordern oder ermutigen, Käufe von oder Zahlungen an Einzelpersonen oder andere Körperschaften zu tätigen, um am Amare Global Vergütungsplan teilzunehmen, mit Ausnahme der Käufe oder Zahlungen, die in den offiziellen Amare-Unterlagen als empfohlen oder erforderlich bezeichnet werden.
c. Brand Partner dürfen von einem aktuellen oder potenziellen Kunden oder Brand Partner nicht verlangen oder ihn dazu ermutigen, als Bedingung für die Teilnahme am Amare Global-Vergütungsplan einen Kauf von einer Person oder einer anderen Einheit zu tätigen oder eine Zahlung an diese zu leisten, mit Ausnahme solcher Käufe oder Zahlungen, die für den natürlichen Aufbau ihres Geschäfts erforderlich sind.

5.2. Keine Entschädigung nur für die Registrierung

Der Amare Global Vergütungsplan wurde nur für die Belohnung von Produktverkäufen konzipiert. Brand Partner erhalten keine Vergütung für die Registrierung oder das Anwerben anderer Brand Partner.

5.3. Keine garantierte Vergütung

Die Vergütung, die die Brand Partner erhalten, ist von Brand Partner zu Brand Partner sehr unterschiedlich. Für den Erfolg eines Brand Partners sind viele Faktoren ausschlaggebend, die nicht immer gleichbleibend oder duplizierbar sind. Der Erfolg wird stets auf den Anstrengungen jedes einzelnen Brand Partners beruhen. Die Erzielung einer beträchtlichen Vergütung erfordert Zeit, Mühe und Engagement. Es gibt keine Garantien für den finanziellen Erfolg oder Zusicherungen in Bezug auf die Höhe der Erträge. Viele Brand Partner qualifizieren sich möglicherweise nie für den Erhalt von Boni.

5.4. Sonderprogramme

a. Spezielle Boni und Werbeaktionen: Amare Global wird für Kunden und Brand Partner spezielle Boni und/oder Werbeaktionen anbieten. Diese Aktionen variieren, Einzelheiten werden bei jeder Aktion bekannt gegeben. Kunden und Brand Partner nehmen automatisch an jeder Werbeaktion teil und erklären sich mit den Geschäftsbedingungen jeder Werbeaktion einverstanden.
b. Manipulation von Sonderprogrammen: Wenn ein Brand Partner eine Aktivität ausübt, die ein Sonderprogramm zum unlauteren Vorteil des Brand Partners manipuliert oder Amare Global einen materiellen Schaden zufügt, wird eine solche Aktivität als Verstoß des Brand Partners betrachtet und Amare Global kann gemäß dieser Richtlinie disziplinarische Maßnahmen gegen ihn ergreifen.

5.5. Werbung im Allgemeinen

Alle Brand Partner müssen den guten Ruf von Amare und seinen Produkten schützen und fördern. Die Vermarktung und Förderung von Amare, der Amare-Geschäftsgelegenheit, des Amare Global Vergütungsplans und der Amare-Produkte müssen mit dem öffentlichen Interesse vereinbar sein.
Die Brand Partner müssen alle betrügerischen, irreführenden, aggressiven, unfairen, unethischen, unmoralischen, unhöflichen oder unangemessenen Verhaltensweisen oder Praktiken vermeiden. Die Brand Partner dürfen sich nicht an schutzbedürftige Verbraucher wenden, einschließlich frischgebackener Eltern innerhalb von 8 Wochen nach der Geburt des Kindes oder Angehörige einer kürzlich verstorbenen Person.

5.6. Rangbestimmung

a. Amare Global kann Brand Partner von Zeit zu Zeit auf der Basis von Kriterien und Anforderungen ehren. Die Ehrung kann bei ausgewählten Veranstaltungen, Kongressen, in Veröffentlichungen und Zeitschriften erfolgen. Der Recognition Rank des Brand Partners, wie er im Amare-Vergütungsplan definiert ist, kommt dann für die Ehrung zur Anwendung, wenn der Brand Partner diesen Rang in mindestens einem der zwölf letzten Monate erreicht hat. Ausnahmen von dieser Bedingung sind neue Rangaufstiege.
b. Die Verwendung eines irreführenden oder nicht genehmigten Rangs oder Titels stellt einen Verstoß gegen den Vertrag für Unabhängige Brand Partner und diese Richtlinien und Verfahren dar.

5.7. Geschäftlicher Ruf

Um sowohl für die Produkte als auch für die enormen Möglichkeiten, die Amare bietet, zu werben, müssen die Brand Partner, die von Amare produzierten Verkaufshilfen und Unterstützungsmaterialien verwenden. Alternativ kann der Brand Partner seine eigenen Verkaufshilfen und Unterstützungsmaterialien entwickeln, wenn der Brand Partner die schriftliche Genehmigung und Autorisierung von Amare erhält, um die umfangreichen und komplexen rechtlichen Anforderungen der länderübergreifenden, nationalen und lokalen Gesetze zu erfüllen. Ein Verstoß gegen diese Richtlinie (einschließlich unerlaubter Internetwerbung) stellt nicht nur eine wesentliche Vertragsverletzung dar, sondern gefährdet auch die Amare-Geschäftsgelegenheiten für alle Brand Partner.

5.8. Brand Partner-Meetings

Brand Partner dürfen keine Treffen abhalten oder Einrichtungen von Amare, die für Treffen von Brand Partnern zur Verfügung gestellt werden, nutzen, um für Produkte oder Dienstleistungen von anderen Unternehmen als Amare zu werben oder um für religiöse, soziale oder gemeinschaftliche Organisationen oder Gruppen zu werben. Alle Präsentationen bei den Brand Partner-Meetings müssen mit den lokalen Gesetzen und Vorschriften übereinstimmen und der Inhalt muss mit den offiziell veröffentlichten Amare-Marketingmaterialien für das Land, in dem das Brand Partner-Meeting stattfindet, übereinstimmen.

5.9. Geschäftseinheiten

a. Eine Kapitalgesellschaft, eine Personengesellschaft oder ein Trust (allgemein in diesem Abschnitt als „Geschäftseinheit" bezeichnet) kann sich als Amare-Brand Partner bewerben.
b. Das Geschäft und die Position des Brand Partners sind vorübergehend, bis die entsprechenden Dokumente vorgelegt werden. Die Geschäftseinheit muss, zusammen mit einem ordnungsgemäß ausgefüllten Zusatz zum Geschäftsantrag, der in den Vertrag aufgenommen und Bestandteil desselben wird, ihre Gründungsurkunde, ihren Gesellschaftsvertrag oder ihre Treuhanddokumente sowie alle geeigneten staatlichen Dokumente, die die Geschäftsexistenz belegen (diese Dokumente werden allgemein als „Dokumente der Geschäftseinheit" bezeichnet), bei Amare einreichen. Amare Global muss diese Dokumente innerhalb von vierzehn (14) Tagen ab dem Datum der Unterzeichnung des

Brand Partner-Vertrags erhalten. Gehen diese Unterlagen nicht rechtzeitig ein, kann der Vertrag nach Ermessen von Amare Global gekündigt werden. Die Anmeldung einer Geschäftseinheit kann nicht online vorgenommen werden.

c. Ein Amare-Geschäft kann seinen Status unter demselben Sponsor von einer Einzelperson zu einer Partnerschaft, einer Körperschaft oder einem Trust oder von einem Unternehmenstyp zu einem anderen wechseln; dies erfordert jedoch den anschließenden normalen Eigentümerwechselprozess. Der Zusatz zum Geschäftsantrag muss von allen Teilhabern, Partnern oder Treuhändern unterzeichnet werden. Die Mitglieder der Geschäftseinheit haften gesamtschuldnerisch für jegliche Verschuldung oder andere Verpflichtungen gegenüber Amare Global. Änderungen der Geschäftseinheit können nicht dazu verwendet werden, die Regeln für Genealogie- und Eigentümerwechsel zu umgehen.

5.10. Wirtschaftliches Eigentum am Amare Global-Geschäft

a. Mit Ausnahme der Bestimmungen in diesem Abschnitt 5 darf ein Brand Partner nur ein (1) Unternehmen von Amare Global betreiben oder an ihm beteiligt sein, gesetzlich oder nach Billigkeit, sei es als Einzelunternehmer, Partner, Teilhaber, Treuhänder oder Begünstigter. Keine Person darf mehr als ein Amare Global-Geschäft haben, betreiben oder eine Vergütung von mehr als einem Amare Global-Geschäft erhalten. Mit Ausnahme der nachstehenden Bestimmungen ist die gleichzeitige Beteiligung an mehreren Vertriebspartnerschaften untersagt.

b. Einzelpersonen derselben Familie können jeweils ein eigenes Unternehmen von Amare Global gründen oder sich an einem solchen beteiligen, nur wenn jede nachfolgende Familienposition dem ersten registrierten Familienmitglied als Frontline eingestuft wird. Ehegattenkonten sind ausgeschlossen.

c. Einzelpersonen und deren Ehegatten müssen unter einer Vertriebspartnerschaft registriert sein und können kein wirtschaftliches Interesse an einem weiteren Brand Partner-Konto haben, bis das ursprüngliche Konto den im Vergütungsplan definierten Career Rank Silver oder höher erreicht hat. Zusätzliche Konten müssen dem ursprünglichen Konto als Frontline zugeordnet werden und eine gültige und eindeutige Steueridentifikationsnummer haben, die sich von der des ursprünglichen Kontos unterscheidet.

d. Eine Person, die als Kunde registriert ist, kann nur ihr bestehendes Kundenkonto in eine Brand Partner-Position umwandeln und darf nicht gleichzeitig ein Kundenkonto und ein Brand Partner-Konto haben. Amare Global kann angemessene Maßnahmen gegen einen Brand Partner ergreifen, wenn es nach eigenem Ermessen feststellt, dass ein Brand Partner versucht, den Vergütungsplan und/oder Werbeaktionen durch mehrere oder doppelte Konten zu manipulieren.

5.11. Sponsoring

a. Der Anwerber ist die Person, die einen Brand Partner oder Kunden bei Amare Global einführt, ihm hilft, seine Registrierung abzuschließen, und ihn in seiner Downline unterstützt und schult. Amare Global erkennt den Anwerber als den/die Namen an, die an erster Stelle angegeben sind im:
    1. physisch unterzeichneten in den Akten vorliegenden Amare Global Brand Partner-Vertrag oder
    2. elektronisch unterzeichneten Brand Partner-Vertrag von amareglobal.com oder einer replizierten Website eines Amare Global-Brand Partners.
    3. Ein Brand Partner-Vertrag, der Vermerke wie „per Telefon"" oder Unterschriften von anderen Personen (z.B. Sponsoren, Ehepartnern, Verwandten oder Freunden) enthält, ist nicht gültig und wird von Amare Global nicht akzeptiert.
    4. Alle angesehenen Brand Partner haben das Recht, andere bei Amare Global anzuwerben und zu registrieren.

b. Bei der Durchführung von Anwerbungsaktivitäten kommt es nicht selten vor, dass mehr als ein Brand Partner denselben potenziellen Kunden anspricht. Es ist eine anerkannte Höflichkeit, dass der neue Interessent von dem ersten Brand Partner angeworben wird, der eine umfassende Einführung in die Produkte oder Geschäftsmöglichkeiten von Amare Global gegeben hat. Dennoch erkennt Amare Global an, dass jeder neue Interessent das Recht hat, seinen eigenen Sponsor zu wählen.

c. Ein Brand Partner darf andere Brand Partner nur in den von Amare Global genehmigten Märkten und Ländern registrieren oder anwerben.

5.12. Fehler oder Fragen

Wenn ein Brand Partner Fragen zu Provisionen, Boni, Downline-Aktivitätsberichten oder Gebühren hat oder glaubt, dass Fehler gemacht wurden, muss er Amare innerhalb von 60 Tagen ab dem Datum des vermeintlichen Fehlers oder des fraglichen Vorfalls schriftlich benachrichtigen. Amare übernimmt keine

Verantwortung für Fehler, Auslassungen oder Probleme, die nicht innerhalb von 60 Tagen gemeldet werden.

5.13. Status als Unabhängiger Vertriebshändler

a. Brand Partner sind unabhängige Vertriebshändler. Der Vertrag zwischen Amare und seinen Brand Partnern begründet weder ein Arbeitgeber/Arbeitnehmer-Verhältnis, eine Handelsvertretung, Partnerschaft oder ein Joint Venture zwischen dem Unternehmen und dem Brand Partner, noch beinhaltet die Beziehung den Kauf eines Franchisesystems oder den Kauf einer Geschäftsgelegenheit. Der Brand Partner hat keine Befugnis (weder ausdrücklich noch stillschweigend), das Unternehmen an irgendeine Verpflichtung zu binden. Jeder Brand Partner legt seine eigenen Ziele, Verkaufszeiten und -methoden sowie andere Mittel zum Betreiben seines unabhängigen Geschäfts fest, sofern dies nicht durch die vertraglichen Verpflichtungen des Brand Partners und geltende gesetzliche Bestimmungen eingeschränkt wird.
b. Der Name Amare und andere Namen, die von Amare angenommen werden können, sind geschützte Handelsnamen, Markenzeichen und Dienstleistungsmarken von Amare. Als solche sind diese Marken von großem Wert für Amare und werden den Brand Partnern nur zur ausdrücklich genehmigten Verwendung zur Verfügung gestellt. Die Verwendung des Namens Amare auf Gegenständen, die nicht vom Unternehmen hergestellt werden, ist verboten, außer wie folgt:
c. [Name des Brand Partners] Unabhängiger Amare Global-Brand Partner
[Name des Brand Partners] Unabhängiger Brand Partner von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen.
d. Alle Brand Partner können sich selbst als „Unabhängiger Amare Global-Brand Partner" oder „Unabhängiger Brand Partner von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen" in den weißen oder gelben Seiten des Telefonbuchs unter ihrem eigenen Namen eintragen. Kein Brand Partner darf Anzeigen im Telefonbuch aufgeben, die den Namen oder das Logo von Amare verwenden. Brand Partner dürfen sich am Telefon nicht mit den Worten „Amare", „Amare Global" oder auf eine andere Art und Weise antworten, die den Anrufer glauben lässt, dass er mit den Geschäftsbüros von Amare verbunden ist.
e. Es ist einem Brand Partner untersagt, im Namen, im Auftrag von Amare Global Schulden zu machen, Ausgaben zu tätigen, Verpflichtungen einzugehen oder ein Girokonto zu eröffnen.

   Die Brand Partner sind für die Bezahlung aller Kosten verantwortlich, die ihnen durch den Betrieb ihres Amare Global-Geschäfts entstehen. Diese Kosten umfassen unter anderem Reisekosten, Verpflegung, Unterkunft und Bürokosten. Als unabhängige Vertragspartner kontrollieren die Brand Partner die Art und Weise, in der sie ihr Amare Global-Geschäft betreiben, vorbehaltlich der Geschäftsbedingungen dieses Vertrags.

5.14. Versicherungsschutz für die Geschäftsaktivitäten

Amare bietet keinen Versicherungsschutz für deine selbständige Geschäftstätigkeit. Die Brand Partner können nach eigenem Ermessen einen Versicherungsschutz für ihr Geschäft abschließen.

5.15. Produkthaftungsdeckung

Amare unterhält eine Versicherung zum Schutz des Unternehmens und der Brand Partner gegen Produkthaftungsansprüche durch einen „Verkäufer-Versicherungsvermerk", der den Versicherungsschutz auf Unabhängige Brand Partner ausdehnt, solange diese die Amare-Produkte in Übereinstimmung mit den Unternehmensrichtlinien und den geltenden Gesetzen und Vorschriften vermarkten. Die Produkthaftpflichtversicherung von Amare deckt keine Ansprüche oder Klagen ab, die sich aus dem Fehlverhalten eines Brand Partners bei der Vermarktung der Produkte oder aus anderen Risikofaktoren ergeben, die mit der unabhängigen Geschäftstätigkeit des Brand Partners verbunden sind.

6. Werbung, Werbematerial, Verwendung von Firmennamen und Markenzeichen

6.1. Das geistige Eigentum von Amare Global

Das geistige Eigentum von Amare Global umfasst seine Markenzeichen, Dienstleistungsmarken, Handelsnamen, Urheberrechte und Inhalte, die an Amare Global lizenziert sind oder sich im Besitz von Amare Global befinden. Die Brand Partner erkennen an, dass dies wertvolle Vermögenswerte von Amare

Global sind. Durch die Nutzung des geistigen Eigentums von Amare Global, wie im Rahmen dieses Vertrags erlaubt, erkennen die Brand Partner an, dass sie keine Eigentumsrechte an dem geistigen Eigentum haben und dass Amare Global exklusiv alle Rechte an seinem geistigen Eigentum und dem damit verbundenen Goodwill behält.

6.2. Verwendung von Firmennamen, Markenzeichen und urheberrechtlich geschütztem Material

a. Alle Amare Global-Brand Partner müssen den guten Ruf von Amare Global und seinen Produkten und Dienstleistungen schützen und fördern. Die Vermarktung und Förderung von Amare Global, der Amare Global-Geschäftsgelegenheit, des Vergütungsplans und der Amare Global-Produkte werden mit dem öffentlichen Interesse vereinbar sein und müssen alle unhöflichen, trügerischen, irreführenden, unethischen oder unmoralischen Verhaltensweisen und Praktiken vermeiden.
b. Alle von Amare Global gelieferten oder erstellten Werbematerialien müssen in ihrer ursprünglichen Form verwendet werden und dürfen nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der Compliance-Abteilung von Amare Global geändert, ergänzt oder umgestaltet werden.
c. Der Name Amare Global, jeder seiner Produkt- und Dienstleistungsnamen und andere Namen, die von Amare Global in Verbindung mit seinem Geschäft angewendet werden können, sind geschützte Handelsnamen, Markenzeichen und Dienstleistungsmarken von Amare Global. Als solche sind diese Marken von großem Wert für Amare Global und werden den Brand Partnern nur zur ausdrücklich genehmigten Verwendung zur Verfügung gestellt.
d. Die Verwendung des Namens „Amare Global" durch einen Amare Global Brand Partner ist eingeschränkt, um die Eigentumsrechte von Amare Global zu schützen und sicherzustellen, dass die geistigen Eigentumsrechte am Namen Amare Global nicht verloren gehen oder durch unautorisierte Verwendung beeinträchtigt werden. Die Verwendung des Namens Amare Global auf Gegenständen, die nicht vom Unternehmen hergestellt oder genehmigt werden, ist verboten, außer wie folgt:
    1. [Name des Brand Partners] Unabhängiger Amare Global-Brand Partner
    2. [Name des Brand Partners] Unabhängiger Brand Partner von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen.
    3. Websites können in der URL Folgendes enthalten: AmareGlobalIndependentDist/BP Name.
e. Weitere Verfahren für die Verwendung des Namens Amare Global sind folgende:
    1. Brand Partner dürfen ihr eigenes Büromaterial (d.h. Briefpapier, Umschläge und Visitenkarten) mit dem Namen oder Logo von Amare Global ohne schriftliche Genehmigung des Unternehmens herstellen, wenn auf dem Büromaterial deutlich angegeben ist, dass der Brand Partner ein unabhängiger Vertragspartner ist, und es die Amare-Kontonummer des Brand Partners enthält. Diese Bekanntgabe an die Öffentlichkeit muss den Wortlaut „[Name des Brand Partners] Unabhängiger Amare Global-Brand Partner, Brand Partner-ID-Nr. [xxxx]" oder „[Name des Brand Partners] Unabhängiger Brand Partner von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen, Brand Partner-ID-Nr. [xxxx]" enthalten.
    2. Alle Brand Partner können sich selbst als „Unabhängiger Amare Global-Brand Partner" oder „Brand Partner" in den weißen Seiten des Telefonbuchs oder in Online-Geschäftsverzeichnissen unter ihrem eigenen Namen eintragen.
    3. Amare Global-Brand Partner dürfen den Namen Amare Global nicht verwenden, wenn sie am Telefon antworten, eine Sprachnachricht verfassen oder einen Anrufbeantworter benutzen, wodurch der Anrufer den Eindruck erhält, mit dem Büro des Unternehmens verbunden zu sein. Sie können „Unabhängiger Amare Global-Brand Partner" angeben.
f. Die Fotos und Grafiken, die in den Anzeigen, Verpackungen und Websites von Amare Global verwendet werden, sind das Ergebnis von Verträgen mit externen Anbietern. Brand Partner dürfen solche Fotos oder Bilder nicht ohne die Zustimmung des Anbieters verwenden. Alle Inhalte innerhalb dieses Bereiches (Software, Design, Video, Bilder, Fotos, Grafiken, Musik und ähnliches audiovisuelles Material) unterliegen allen geistigen, industriellen, finanziellen, rechtlichen, insbesondere urheberrechtlichen und verwandten Rechten, die ausschließlich dem jeweiligen Anbieter gehören. Möchte ein Brand Partner diese Fotos oder Grafiken verwenden, muss er mit den Anbietern Einzelverträge abschließen, die festgelegten Bedingungen einhalten und die Genehmigung zur Verwendung einholen, einschließlich der vom Anbieter verlangten Gebühren. Andernfalls ist der Brand Partner allein und persönlich für alle direkten oder indirekten, negativen oder positiven, materiellen oder moralischen Schäden verantwortlich, die ihm und/oder Amare Global entstehen. Amare Global kann in dieser Hinsicht kein Verschulden vorgeworfen werden, und es können keine Regressansprüche geltend gemacht werden.

g. Amare Global organisiert regelmäßig Live- und aufgezeichnete Veranstaltungen sowie Webinare und Telefonkonferenzen. Bei diesen Veranstaltungen treten Führungskräfte des Unternehmens, Brand Partner und Gäste auf und halten Vorträge. Der Inhalt dieser Veranstaltungen ist urheberrechtlich geschützt und alleiniges Eigentum von Amare Global. Brand Partner dürfen solche Veranstaltungen oder Unternehmensfunktionen aus keinem Grund aufzeichnen, unabhängig davon, ob es sich um eine Live-Veranstaltung, ein Webinar, eine Telefonkonferenz oder ein anderes Medium handelt.
h. Vom Unternehmen produzierte Verkaufs- und Werbehilfen und Verkaufs- und Werbematerialien, Videos, Audios, Podcasts und gedrucktes Material sind ebenfalls urheberrechtlich geschützt. Brand Partner dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Unternehmens keine Kopien oder Weiterentwicklungen solcher Materialien für ihren persönlichen oder geschäftlichen Gebrauch anfertigen.
i. Amare Global behält sich das Recht vor, eine vorher erteilte Genehmigung von Verkaufshilfen oder Werbematerialien zu widerrufen, um geänderten Gesetzen und Vorschriften zu entsprechen, und kann die Entfernung solcher Materialien vom Markt verlangen, ohne dass dem betroffenen Brand Partner eine finanzielle Verpflichtung entsteht.
j. Brand Partner dürfen nicht voraussetzen, dass Amare Global durch die vom Brand Partner erstellten Inhalte oder Handlungen Billigung, Sponsoring, Unterstützung durch ein drittes Unternehmen oder eine andere damit verbundene Zugehörigkeit erhält.

6.3. Verkaufsstellen, dienstleistungsorientierte Einrichtungen und gewerbliche Verkäufe

a. Amare fordert nachdrücklich den Verkauf seiner Produkte durch persönliche Kontakte. Um den Wert der Marke Amare zu erhalten und einen fairen Standard für die Brand Partner zu schaffen, dürfen die Brand Partner ohne vorherige schriftliche Genehmigung des Unternehmens in Einzelhandels-, Großhandels-, Lager- oder Discountgeschäften oder auf Online-Einzelhandels-, Auktions- oder Kauf-Verkaufsseiten (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Amazon und eBay) keine Amare-Produkte verkaufen oder -Unterlagen ausstellen, außer wie nachfolgend dargelegt.
b. Amare erlaubt Brand Partnern, in Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetrieben zu werben und zu verkaufen, wenn diese: (1) unabhängige Einzelhandelsgeschäfte in lokalem Besitz sind und nicht zu einer nationalen, regionalen oder landesweiten Kette gehören oder (2) eine Heilpraktikerpraxis oder
c. (3) ein Dienstleistungsbetrieb ist. Ein Dienstleistungsbetrieb ist ein Unternehmen, dessen Haupteinnahmen durch die Erbringung persönlicher Dienstleistungen und nicht durch den Verkauf von Produkten erzielt werden. Zu diesen Einrichtungen gehören Gesundheitsclubs oder Fitnesscenter, Schönheitssalons und alle anderen Geschäfte, bei denen die Nutzung der Einrichtung durch die Kunden über eine Mitgliedschaft oder nach Vereinbarung geregelt ist. Amare Global behält sich das Recht vor, die endgültige Entscheidung zu treffen, ob eine Einrichtung dienstleistungsbezogen oder ein geeigneter Ort für den Verkauf seiner Produkte ist.
d. Amare erlaubt Brand Partnern, nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch das Unternehmen, kommerzielle Verkäufe zu fördern und zu tätigen. Für die Zwecke dieser Richtlinien und Verfahren bedeutet der Begriff „kommerzieller Verkauf" den Verkauf von: (a) Amare-Produkte, die in einer einzigen Bestellung einen Wert von 800 EUR oder mehr erreichen und (b) an einen Dritten, der die Produkte an einen Endverbraucher weiterverkaufen will.

6.4. Werbung und Werbematerialien

a. Brand Partner dürfen keine Produkte oder Dienstleistungen von Amare Global zu einem Preis bewerben, der UNTER dem derzeit Empfohlenen Verkaufspreis liegt; es ist keine Lockvogelwerbung erlaubt. Dazu gehören unter anderem Angebote mit kostenlosem Versand oder andere Angebote, die Vorteile bieten, die über die von Amare Global angebotenen hinausgehen.
b. Alle Brand Partner müssen den guten Ruf von Amare Global und seinen Produkten schützen und fördern. Die Werbung, Vermarktung und Förderung von Amare Global, der Amare Global-Geschäftsgelegenheit, des Vergütungsplans und der Amare Global-Produkte müssen mit dem öffentlichen Interesse vereinbar sein und müssen alle unhöflichen, trügerischen, irreführenden, unethischen oder unmoralischen Verhaltensweisen und Praktiken vermeiden. Daher müssen sowohl die Werbung wie auch alle Formen der Verkaufsförderung und Kommunikation an den Grundsätzen der Ehrlichkeit und des Anstands festhalten. Alle Anzeigen oder Mitteilungen müssen deutlich darauf hinweisen, dass sie nicht von Amare Global oder einem seiner angeschlossenen Unternehmen verfasst wurden und dass der Eigentümer der Website die gesamte Verantwortung für den Inhalt trägt.

c. Die Verwendung des geistigen Eigentums von Amare in kostenpflichtigen digitalen Websites und Websites ist VERBOTEN. Brand Partner dürfen ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung von Amare Global Compliance keine Form des geistigen Eigentums von Amare Global verwenden, um sich für bezahlte Werbung zu bewerben, einschließlich Typosquatting oder Schlüsselwörter für einzelne Produkte usw.
d. Brand Partner werden nachdrücklich aufgefordert, die von Amare Global erstellten Verkaufshilfen und Unterstützungsmaterialien zu verwenden. Wenn die Brand Partner dies wünschen, können sie jedoch ihre eigenen Verkaufshilfen und Werbematerialien entwickeln und produzieren, VORAUSGESETZT, dass alle diese Verkaufshilfen und Werbematerialien die folgenden Anforderungen strikt einhalten:
    1. Das Material darf keine falschen oder irreführenden Behauptungen zu Einkommen, Lebensstil, Möglichkeiten, oder zum Vergütungsplan enthalten. Siehe Abschnitt 8.
    2. Alle Behauptungen über Produkte von Amare Global, die in solchen Materialien enthalten sind, müssen mit Abschnitt 6 übereinstimmen. Kurz gesagt, es dürfen keine Behauptungen über die Produkte von Amare Global aufgestellt werden, außer denen, die vom Unternehmen in seinen offiziellen Unterlagen gemacht werden.
    3. Alle diese Materialien müssen die folgende Angabe enthalten: „Dieses Werbematerial wurde von [Name], einem Unabhängigen Brand Partner von Amare Global, erstellt, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Dieses Werbematerial wurde nicht von Amare Global entworfen, entwickelt, produziert oder genehmigt. Die Amare Global Markenzeichen werden mit Erlaubnis verwendet." Ein solcher Hinweis muss deutlich sichtbar auf oder in der Verkaufshilfe oder anderem Werbematerial angebracht sein.
    4. Auf allen Online-Werbematerialien, die ein Brand Partner erstellt, muss das Werbematerial zusätzlich zu den oben genannten Angaben die Amare Global ID-Nummer des Brand Partners enthalten.
    5. Jegliche Darstellung von Amare Global Markenzeichen oder Logos muss der neuesten Version des Amare Brand Partner-Style Guide entsprechen, der im Amare Back Office verfügbar ist. Alle Aktualisierungen der Stile im Style Guide müssen innerhalb von 14 Tagen nach der Veröffentlichung eines aktualisierten Leitfadens umgesetzt und befolgt werden.
    6. Blindanzeigen (Anzeigen, die den Brand Partner, Amare Global oder die Amare Global-Geschäftsgelegenheit oder -Produkte nicht erwähnen oder identifizieren), die in irgendeiner Weise die Amare Global-Geschäftsgelegenheit oder -Produkte bewerben, sind verboten.
    7. Brand Partner, die Verkaufshilfen und Werbematerialien entwickeln, können diese Materialien anderen Brand Partnern zur Nutzung zur Verfügung stellen, dürfen sie jedoch nicht an andere Brand Partner verkaufen oder eine Gebühr für ihre Nutzung durch andere Brand Partner verlangen.
e. Amare Global behält sich das Recht vor, nach eigenem Ermessen von einem Brand Partner zu verlangen, dass er die Verwendung oder Ausstellung von durch den Brand Partner entworfenen, entwickelten oder produzierten Verkaufshilfen und Werbematerialien unverzüglich einstellt. Die Brand Partner verzichten auf alle Ansprüche gegenüber Amare Global, seinen leitenden Angestellten, Direktoren, Eigentümern, Angestellten und Vertretern für Schäden, Ausgaben, Kosten oder Vergütungen jeglicher Art, die sich aus einer solchen Außerkraftsetzung ergeben oder damit verbunden sind.

6.5. Verzicht auf das Recht auf Öffentlichkeitsarbeit

Der Brand Partner ermächtigt das Unternehmen, seinen/ihren Namen, sein/ihr Foto, seine/ihre persönliche Geschichte und/oder sein Foto in Werbe- oder Verkaufsförderungsmaterialien in Verbindung mit dem Geschäft des Unternehmens zu verwenden und verzichtet auf alle Ansprüche auf Vergütung für eine solche Verwendung. Wenn ein Brand Partner nicht an den Verkaufs- und Marketingmaterialien von Amare Global teilnehmen möchte, sollte er oder sie die Compliance-Abteilung von Amare Global schriftlich darüber informieren, um sicherzustellen, dass seine/ ihre Testimonial-Präsenz oder sein/ihr Bild und Foto nicht in Unternehmensmaterialien, Anerkennungen, Werbung oder Aufnahmen von jährlichen Veranstaltungen verwendet wird.

6.6. Medien und Medienanfragen

a. Die Brand Partner erklären sich damit einverstanden, dass sie die Genehmigung der Compliance-Abteilung einholen, bevor sie mit den Medien in Kontakt treten oder sich an diese wenden, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften usw., um für ihre unabhängigen Amare Global-Geschäfte zu werben oder irgendeinen Aspekt von Amare Global, seiner

Produkte, seines Geschäftsmodells, seines Vergütungsplans oder seiner Geschäftsmöglichkeiten zu diskutieren.

b. Brand Partner dürfen ohne vorherige schriftliche Genehmigung der Amare Global Compliance-Abteilung nicht im Fernsehen oder Radio auftreten oder andere Medien nutzen, um für Amare Global oder seine Programme, Produkte oder Dienstleistungen zu werben oder darüber zu sprechen.

c. Alle Medienanfragen müssen umgehend an Amare Global weitergeleitet werden. Brand Partner dürfen nicht versuchen, auf Medienanfragen zu Amare Global, seinen Produkten oder Dienstleistungen oder ihren unabhängigen Amare Global-Geschäften ohne die Genehmigung der Compliance-Abteilung zu antworten. Alle Anfragen von Medien jeglicher Art müssen unverzüglich an das Unternehmen weitergeleitet werden. Mit dieser Politik soll sichergestellt werden, dass der Öffentlichkeit genaue und konsistente Informationen zur Verfügung gestellt werden und ein angemessenes Bild in der Öffentlichkeit entsteht.

6.7. Spamming und unaufgeforderte Massenkommunikation

Brand Partner müssen die örtlichen Gesetze, Regeln oder Verordnungen in Bezug auf unaufgeforderte Massenkommunikation oder Kundenwerbung einhalten. Generell dürfen Brand Partner keine unaufgeforderten Faxe, Massen-E-Mails, unaufgeforderte E-Mails oder „Spamming" im Zusammenhang mit dem Betrieb ihrer Amare-Geschäfte verwenden oder versenden. Die Begriffe „unaufgeforderte Faxe" und „unaufgeforderte E-Mails" bezeichnen die Übermittlung von Material oder Informationen, die für Amare, seine Produkte, seinen Vergütungsplan oder einen anderen Aspekt des Unternehmens werben, per Telefonfax bzw. elektronischer Post an eine beliebige Person, mit der Ausnahme, dass diese Begriffe weder ein Fax noch eine E-Mail umfassen: (a) an eine Person mit deren vorheriger ausdrücklicher Einladung oder Erlaubnis oder (b) an eine Person, mit der der Brand Partner in einer geschäftlichen oder persönlichen Beziehung steht. Der Begriff „etablierte geschäftliche oder persönliche Beziehung" bezeichnet eine frühere oder bestehende Beziehung, die durch eine freiwillige wechselseitige Kommunikation zwischen einem Brand Partner und einer Person mit folgender Grundlage besteht: (a) eine Anfrage, ein Antrag, ein Kauf oder eine Transaktion der Person in Bezug auf Produkte, die von diesem Brand Partner angeboten werden, oder (b) eine persönliche oder familiäre Beziehung, die von keiner der Parteien zuvor beendet wurde.

6.8. Telemarketing

a. Brand Partner müssen die örtlichen Gesetze, Regeln oder Verordnungen in Bezug auf unaufgeforderte Massenkommunikation oder Kundenwerbung einhalten. Die Gesetze schränken Telemarketing-Aktivitäten stark ein und sind sehr technisch. Diese Regeln werden Brand Partnern im Rahmen der Kulanz zur Verfügung gestellt (aber nicht als Rechtsberatung). Brand Partner sind dafür verantwortlich, alle geltenden Telemarketing-Gesetze zu kennen und zu befolgen. Bei der Beauftragung von Anbietern müssen die Brand Partner bestätigen, dass die Dienstleistungen des Anbieters allen geltenden Gesetzen entsprechen. Die Handlungen oder Unterlassungen des Anbieters des Brand Partners werden als Handlungen oder Unterlassungen des Brand Partners betrachtet.

b. Brand Partner dürfen im Zusammenhang mit dem Betrieb ihres Amare-Geschäfts kein Telemarketing betreiben.

c. Der Begriff „Telemarketing" steht für den Verkauf, die Anwerbung, die Vermarktung, die Verkaufsförderung oder die Bereitstellung von Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung unter Verwendung eines Telefons, eines Mobiltelefons, einer Textnachricht, eines Faxgeräts, eines automatischen Anrufbeantworters, einer voraufgezeichneten oder künstlichen Sprachaufnahme oder eines ähnlichen Geräts.

d. Unerbetene Anrufe, die an potentielle Kunden oder Geschäftspartner gerichtet sind und entweder die Produkte oder die Geschäftsgelegenheit von Amare bewerben, stellen Telemarketing dar und sind verboten.

e. Ungeachtet des Vorstehenden kann ein Brand Partner in den folgenden begrenzten Situationen Telefonanrufe an einen potenziellen Kunden oder Brand Partner (einen Interessenten) tätigen:
   - Wenn der Brand Partner eine bestehende Geschäftsbeziehung mit dem Interessenten unterhält. Eine „etablierte Geschäftsbeziehung" ist eine Beziehung zwischen einem Brand Partner und einem Interessenten auf folgender Grundlage:
     1. Der Kauf, die Miete oder das Leasing von Waren oder Dienstleistungen vom Brand Partner durch den Interessenten innerhalb der letzten achtzehn (18) Monate vor dem Telefonanruf, der den Interessenten zum Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung bewegen soll: oder
     2. Eine Finanztransaktion zwischen dem Interessenten und dem Brand Partner innerhalb der letzten achtzehn (18) Monate vor dem Datum eines solchen Anrufs.

- Die persönliche Anfrage oder die Beantragung des Interessenten für ein Produkt oder eine Dienstleistung des Brand Partners innerhalb der letzten drei (3) Monate vor dem Datum des Anrufs.

f. Wenn der Brand Partner die schriftliche und unterzeichnete Erlaubnis des Interessenten erhält, den Brand Partner anzurufen. In der Genehmigung müssen die Telefonnummer(n) angegeben werden, die der Brand Partner anrufen darf.

g. Brand Partner können Familienmitglieder, persönliche Freunde und Bekannte anrufen. Ein „Bekannter" ist eine Person, zu der ein Brand Partner zumindest in jüngster Zeit eine direkte Beziehung unterhält (d. h., der Brand Partner hat ihn oder sie kürzlich persönlich getroffen). Denken Sie jedoch daran, dass ein Brand Partner, der es sich zur Gewohnheit macht, bei allen Personen, die er trifft, „Visitenkarten zu sammeln" und sie anschließend anzurufen, dies nach lokalem Recht als verbotene Form des Telemarketings betrachten kann. Wenn der Brand Partner also „Bekannte" anruft, darf er dies nur gelegentlich und nicht routinemäßig tun.

h. Außerdem dürfen Brand Partner im Zusammenhang mit dem Betrieb ihres Amare-Geschäfts keine automatischen Telefonwählsysteme verwenden. Der Begriff „automatisches Telefonwählsystem" bezeichnet Geräte, die in der Lage sind: (a) Telefonnummern, die angerufen werden sollen, mit Hilfe eines Zufallsgenerators oder eines Generators für fortlaufende Nummern zu speichern oder zu erzeugen, und b) diese Nummern zu wählen.

i. Brand Partner müssen das Telemarketing sofort einstellen, wenn sie von einer staatlichen Behörde eine Mitteilung über ihre Telemarketing-Aktivitäten erhalten. Die Brand Partner müssen Amare unverzüglich über alle derartigen Mitteilungen informieren.

6.9. Fachmessen, Ausstellungen und andere Verkaufsforen

a. Brand Partner können Amare-Produkte auf Messen und Fachausstellungen ausstellen und/oder verkaufen.

b. Der Brand Partner darf bei der Veranstaltung keine anderen Produkte oder Dienstleistungen anbieten oder bewerben. Bevor der Brand Partner eine Kaution an den Veranstalter überweist, muss er sich schriftlich an die Compliance-Abteilung wenden, um eine diesbezügliche Genehmigung zu erhalten.

c. Die Genehmigung wird nur für die angegebene Veranstaltung erteilt. Alle Anträge auf Teilnahme an zukünftigen Veranstaltungen müssen erneut bei der Compliance-Abteilung für Brand Partner eingereicht werden.

d. "Wenn Marketing- oder Werbematerialien oder Schilder oder Banner am Veranstaltungsstand verwendet werden, dürfen diese Materialien nur für Produkte oder Dienstleistungen von Amare Global werben und müssen das Qualitätsimage von Amare Global wahren.

e. Der oder die Brand Partner, die auf der Veranstaltung tätig sind, müssen deutlich machen, dass sie Unabhängige Amare Global-Brand Partner und keine Mitarbeiter von Amare Global sind.

f. Brand Partner und alle Personen, die während des Events am Stand tätig sind, müssen alle geltenden Bestimmungen dieses Vertrags einhalten. Brand Partner und alle anderen Personen, die an einem Veranstaltungsstand tätig sind, dürfen keine falschen oder irreführenden Einkommensangaben machen. Die Angaben zu den Produkten müssen mit Abschnitt 8. übereinstimmen."

g. Um seine wertvolle Marke zu erhalten, behält sich Amare ferner das Recht vor, die Genehmigung zur Teilnahme an Veranstaltungen zu verweigern, die nicht als geeignetes Forum für die Werbung für seine Produkte oder die Amare-Geschäftsgelegenheit angesehen werden. Für Tauschbörsen, Garagenverkäufe, Floh- oder Bauernmärkte wird keine Genehmigung erteilt, da diese Veranstaltungen dem professionellen Image, das Amare vermitteln möchte, nicht förderlich sind.

6.10. Beschränkungen für das Internet und für Fremd-Websites

a. Amare ermutigt alle Brand Partner nachdrücklich, die selbstreplizierende Website des Unternehmens zu nutzen. Diese Websites werden von Amare entwickelt und gewartet, um sicherzustellen, dass sie mit allen anwendbaren Rechtsbereichen übereinstimmen. Ein Brand Partner darf keine Handelsnamen, Warenzeichen, Dienstleistungsnamen/-marken, Produktnamen, Werbesprüche, den Namen Amare oder davon abgeleitete Begriffe, die das geistige Eigentum von Amare Global verletzen würden, für einen Internet-Domainnamen (URL), eine E-Mail-Adresse oder ein Social-Media-Konto verwenden oder versuchen, diese zu registrieren. Beispiele für eine nicht akzeptable Verwendung sind:

1. www.amare-global.com, www.amareglbl.com, www.amarglobal.com, usw.
2. amareglobalchris@gmail.com, amarechris@gmail.com, usw.
3. @amareglobalchris, @amarglbl, usw.

b. Social-Media-Marketing-Seiten der Marke Amare Global, wie z. B. Facebook, Instagram, Pinterest, Blogs und YouTube-Kanäle, sind nicht zulässig.
c. Ein Amare Global-Brand Partner darf keine Amare Global-Produkte oder -Dienstleistungen verkaufen oder die Geschäftsgelegenheit über „Online-Auktionen" oder Einkaufssites wie Amazon.com, Ebay.com, Alibaba.com und andere ähnliche Seiten anbieten.
d. Der Online-Verkauf von Amare Global-Produkten darf nur über die replizierten Amare Global-Websites und offizielle Amare Global-Websites erfolgen.
e. Jeder Brand Partner darf eine (1) genehmigte Fremd-Website haben. Eine Fremd-Website ist eine von Amare Global genehmigte persönliche Website, die auf Servern gehostet wird, die nicht von Amare Global betrieben werden, und die nicht mit Amare Global verbunden ist. Jeder Brand Partner, der seine eigene Fremd-Website entwickeln möchte, muss die vorherige schriftliche Genehmigung von Amare Global einholen, bevor er mit seiner Fremd-Website online geht. Fremd-Websites können verwendet werden, um für dein Unternehmen und die Produkte von Amare Global zu werben, solange die Fremd-Website den Werberichtlinien von Amare Global entspricht. Es dürfen keine Produktverkäufe, keine Produktbestellungen und keine Kunden- oder Brand Partner-Registrierungen über eine Fremd-Website erfolgen. Wenn du eine Fremd-Website nutzen möchtest, musst du Folgendes tun:
    1. Identifiziere dich als Brand Partner für Amare Global.
    2. Verwende nur die Bilder und Formulierungen, die von Amare Global für das Land, in dem du als Brand Partner ansässig bist, genehmigt wurden.
    3. Halte dich an die in diesem Dokument beschriebenen Richtlinien zur Verwendung von Marken, Warenzeichen und Bildern.
    4. Halte alle anderen in diesem Dokument beschriebenen Bestimmungen über die Nutzung einer Fremd-Website ein.
    5. Sollte Amare zu dem Schluss kommen, dass die vorgeschlagene Fremd-Website nicht akzeptabel ist, wird Amare den Brand Partner darüber informieren, dass die Website geändert werden muss und dass die Genehmigung verweigert wird, bis diese Änderungen vorgenommen wurden. Kein Brand Partner darf seine/ihre Fremd-Website der Öffentlichkeit zugänglich machen, bevor er/sie nicht eine schriftliche Genehmigung von Amare erhalten hat.
f. Alle Marketingmaterialien, die auf der Fremd-Website eines Brand Partners verwendet werden, müssen von Amare Global bereitgestellt oder schriftlich von Amare Global genehmigt werden.
g. Um Verwirrung zu vermeiden, müssen ebenfalls die folgenden vier Elemente oben auf jeder Seite deiner Fremd-Website deutlich sichtbar angezeigt werden:
    1. Das vom Unternehmen zur Verfügung gestellte Amare Global-Brand Partner Logo
    2. Dein Name und Titel
    3. Umleitungsschaltfläche zu deiner replizierten Amare Global-Website
    4. Amare Global Corporate Website-Umleitungsschaltfläche
    5. Klare Informationen über das Rückgaberecht
h. Ein Brand Partner darf keine Fremd-Websites verwenden, die aus Unternehmensquellen kopierte Materialien enthalten (wie Broschüren, CDs, Videos, Tonbänder, Veranstaltungen, Präsentationen und Unternehmenswebsites von Amare Global).
i. Amare Global-Produkte können zusammen mit anderen Produkten oder Dienstleistungen auf der Fremd-Website eines Brand Partners angezeigt werden, solange die anderen Produkte und Dienstleistungen mit den Werten von Amare Global übereinstimmen und nicht von einem konkurrierenden Network-Marketing-Unternehmen vermarktet oder verkauft werden. Jedes Produkt, das zur gleichen Gattung wie ein Amare-Produkt gehört, gilt als Konkurrenzprodukt; z. B. gehört jedes Nahrungsergänzungsmittel zur gleichen Gattung der Nahrungsergänzungsmittel von Amare und ist daher ein Konkurrenzprodukt, unabhängig von Unterschieden in Bezug auf Kosten, Qualität, Inhaltsstoffe oder Nährstoffgehalt;
j. Es dürfen keine Änderungen oder Modifikationen an der genehmigten Website vorgenommen werden, vorbehaltlich der folgenden Bestimmungen: Möchte ein Geschäftspartner eine bereits genehmigte Website ändern, muss er/sie einen Antrag auf Änderung einer Fremd-Website stellen und eine Änderungsgebühr von 80 EUR entrichten. Der Änderungsantrag muss jede einzelne Änderung oder Ergänzung genau angeben, die ein Brand Partner vornehmen möchte. Änderungen dürfen erst dann auf der Website veröffentlicht werden, wenn der Brand Partner die schriftliche Genehmigung von Amare erhalten hat.
k. Wenn das unabhängige Amare Global-Geschäft eines Brand Partners, der die Erlaubnis erhalten hat, eine Fremd-Website zu erstellen und zu veröffentlichen, aus irgendeinem Grund freiwillig oder unfreiwillig beendet wird oder wenn Amare Global die Erlaubnis widerruft, die es dem Brand Partner

erlaubt, eine Fremd-Website zu unterhalten, muss der Brand Partner sofort die Nutzung und den Betrieb der Website einstellen, jegliche Online-Publikation über Amare entfernen und, falls verlangt, das Eigentum am Domainnamen kostenlos auf Amare übertragen. Amare Global behält sich das Recht vor, das Recht eines Brand Partners, eine Fremd-Website zu nutzen, jederzeit zu widerrufen, wenn Amare Global der Meinung ist, dass ein solcher Widerruf im besten Interesse von Amare Global, seinen Brand Partnern und Kunden ist. Entscheidungen und Abhilfemaßnahmen in diesem Bereich liegen im alleinigen Ermessen von Amare Global.

6.11. Beschränkungen für soziale Medien

a. Sollte ein Brand Partner in Verbindung mit seinem Amare Global-Geschäft irgendeine Form von sozialen Medien nutzen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Blogs, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube oder Pinterest, erklärt sich der Brand Partner zusätzlich zur Erfüllung aller anderen in der Vereinbarung festgelegten Anforderungen damit einverstanden, die in diesem Abschnitt 6.11 dargelegten Anforderungen einzuhalten.
b. Soziale Medien dürfen nicht für den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen von Amare genutzt werden. Der Online-Verkauf von Amare-Produkten darf nur über die replizierte Website eines Brand Partners erfolgen.
c. PROFILE, DIE EIN BRAND PARTNER IN IRGENDEINER SOZIALEN GEMEINSCHAFT ERZEUGT, IN DER ÜBER AMARE GLOBAL GESPROCHEN ODER AMARE GLOBAL ERWÄHNT WIRD, MÜSSEN DEN BRAND PARTNER KLAR ALS AMARE GLOBAL-BRAND PARTNER IDENTIFIZIEREN, und wenn ein Brand Partner an diesen Gemeinschaften teilnimmt, muss er unangemessene Gespräche, Kommentare, Bilder, Videos, Audios, Anwendungen oder andere nicht jugendfreie, derbe, diskriminierende oder vulgäre Inhalte vermeiden. Die Entscheidung, was unangemessen ist, liegt im alleinigen Ermessen von Amare Global, und Brand Partner, die dagegen verstoßen, müssen mit disziplinarischen Maßnahmen rechnen. Die auf diesen Websites verwendeten Werbebanner und Bilder müssen aktuell sein und aus dem von Amare Global genehmigten Archiv stammen. Wenn ein Link angegeben wird, muss er auf die veröffentlichende replizierte Website des Brand Partners oder eine genehmigte Fremd-Website verweisen.
d. Anonyme Postings oder die Verwendung eines Pseudonyms auf einer Website sozialer Medien sind verboten; Brand Partner, die dagegen verstoßen, müssen mit disziplinarischen Maßnahmen rechnen.
e. Brand Partner dürfen keinen Blog-Spam, Suchmaschinen-Spamming oder andere massenhaft wiederholte Methoden verwenden, um Blog-Kommentare zu hinterlassen. Kommentare, die Brand Partner erstellen oder hinterlassen, müssen nützlich, einzigartig, relevant und spezifisch für den Blogartikel sein. Spamming beinhaltet, ist aber nicht unbedingt beschränkt auf:
    1. das Versenden von unaufgeforderten E-Mail-Nachrichten an Online-Nutzer, die Informationen des Brand Partners enthalten (Brand Partner dürfen E-Mails nur in Übereinstimmung mit Abschnitt 6.7 oben und dem Anti-Spam-Gesetz versenden);
    2. Das Versenden von unaufgeforderten E-Mails oder Fax an Listen von Personen, die nicht der Organisation des Brand Partners angehören oder mit denen der Brand Partner bisher keine geschäftlichen oder persönlichen Kontakte hatte, gemäß Abschnitt 6.7. Alle E-Mail-Sendungen, die sich auf Amare Global beziehen, dürfen nur die Geschäfte von Amare Global betreffen und dürfen nur an Brand Partner der Organisation des Brand Partners gesendet werden, wenn dieser der Organisation angehörende Brand Partner zugestimmt hat, seine/ihre Kontaktdaten gemäß den Datenschutzgesetzen der jeweiligen Gerichtsbarkeit, in der der Brand Partner seine Geschäfte tätigt, offenzulegen.
f. Brand Partner müssen in allen Social Media-Postings ihren vollständigen Namen angeben und sich deutlich als unabhängiger Brand Partner von Amare Global identifizieren. Anonyme Postings oder die Verwendung eines Pseudonyms sind verboten.
g. Postings, die falsch, irreführend oder trügerisch sind, sind verboten. Dies beinhaltet, ist jedoch nicht beschränkt auf, falsche oder trügerische Beiträge in Bezug auf die Amare Global-Einkommensmöglichkeit, Produkte und Dienstleistungen von Amare Global und/oder deine biographischen Informationen und Referenzen.
h. Brand Partner sind persönlich verantwortlich für ihre Postings und alle anderen Online-Aktivitäten in Bezug auf Amare Global. Selbst wenn ein Brand Partner keinen Blog oder keine Seite in den sozialen Medien oder kein Konto besitzt oder betreibt, ist der Brand Partner für die Veröffentlichung verantwortlich, wenn er auf einer solchen Seite Beiträge veröffentlicht, die sich auf Amare Global beziehen oder die zu Amare Global zurückverfolgt werden können. Brand Partner sind auch für Postings verantwortlich, die auf Blogs, Seiten in den sozialen Medien oder Konten erscheinen, die der

Brand Partner besitzt, betreibt oder kontrolliert. Jegliche Behauptungen, die auf den Websites oder auf dem Social Media-Konto des Brand Partners gemacht werden, die nicht rechtmäßig sind oder nicht mit den geltenden Bestimmungen der Vereinbarung übereinstimmen, müssen gelöscht oder entfernt werden. Die Brand Partner sind verpflichtet, diese Inhalte regelmäßig zu überprüfen.

i. Als Brand Partner von Amare Global ist es wichtig, dass du dich nicht mit Personen unterhältst, die einen negativen Beitrag gegen dich, andere Brand Partner oder Amare Global veröffentlichen. Melde negative Beiträge an Amare Global unter cs.ger@amare.com. Eine Antwort auf solche negativen Beiträge heizt oft nur eine Diskussion mit jemandem an, der einen Groll hegt und sich nicht an dieselben hohen Standards hält wie Amare Global, und schadet daher dem Ruf und dem Geschäftswert von Amare Global.

j. Die Unterscheidung zwischen einer Social-Media-Site und einer Website ist nicht immer eindeutig, da einige Social-Media-Sites besonders umfassend sind. Amare Global behält sich daher das alleinige und ausschließliche Recht vor, bestimmte Social-Media-Seiten als Fremd-Websites einzustufen und von Brand Partnern, die solche Seiten nutzen oder nutzen möchten, zu verlangen, dass sie die Richtlinien von Amare Global in Bezug auf Fremd-Websites einhalten.

k. Wenn dein Amare Global-Geschäft aus irgendeinem Grund gekündigt wird, musst du die Verwendung des Amare Global-Namens und aller Amare Global-Markenzeichen, Handelsnamen, Dienstleistungsmarken und anderen geistigen Eigentums sowie aller Ableitungen solcher Marken und geistigen Eigentums in allen Postings und auf allen Social Media-Seiten, die du nutzt, einstellen. Wenn du auf einer Social-Media-Seite postest, auf der du dich zuvor als unabhängiger Amare Global-Brand Partner identifiziert hast, musst du deutlich darauf hinweisen, dass du nicht länger ein unabhängiger Amare Global Brand Partner bist.

6.12. Sonstige Werbebestimmungen

a. Brand Partner dürfen in keiner Weise darstellen oder andeuten, dass ihre Repräsentanz von Amare Global über den unabhängigen Brand Partner hinausgeht. Dazu gehören alle Formen der Kommunikation, ob mündlich, schriftlich, elektronisch, per E-Mail, Chat oder in anderer Form.

b. Brand Partner dürfen nicht bekannt machen, anbieten oder andeuten, dass eine Stelle oder Position bei Amare Global verfügbar ist. Die Verwendung von Stellenangeboten oder Stellenausschreibungen als Werbemittel ist verboten.

c. Es dürfen keine falschen oder irreführenden Angaben zu Einkommen oder Verdienst gemacht werden.

d. Auf Anfrage müssen alle Verkaufshilfen oder andere Medien, die der Brand Partner erstellt hat und die geistiges Eigentum oder Inhalte von Amare Global enthalten, unverzüglich an Amare Global übergeben werden. Brand Partner müssen eine Kopie aller Verkaufshilfen oder anderer Werbematerialien, die sie verteilt haben, sieben Jahre lang ab dem letzten Verteilungsdatum aufbewahren.

e. Die Brand Partner verpflichten sich, Amare Global von allen Ansprüchen und/oder Forderungen freizustellen, die sich aus oder in Verbindung mit der Schaffung von geistigem Eigentum einer anderen Person, eines anderen Unternehmens oder einer anderen Einrichtung ergeben.

f. Bei Vertragsbeendigung, aus welchem Grund auch immer, werden die Brand Partner sofort jegliche Verwendung von Marketingmaterial, Inhalten, Markenzeichen, Eigentum oder ähnlichem Material von Amare Global einstellen.

6.13. Umpackungs- und Umetikettierungsverbot

Brand Partner dürfen die Etiketten von Amare-Produkten, -Informationen, -Materialien oder -Programmen nicht neu verpacken, neu etikettieren, nachfüllen oder in irgendeiner Weise verändern. Amare-Produkte dürfen nur in ihren Originalbehältern verkauft werden: Eine Umetikettierung oder Umpackung könnte die Brand Partner straf- oder zivilrechtlich haftbar machen, vor allem, wenn dadurch Eigentum oder eine andere Person zu Schaden kommt.

7. Änderungen am Brand Partner-Geschäft

7.1. Änderung von Informationen zum Brand Partner-Vertrag

Jeder Brand Partner muss Amare unverzüglich über alle Änderungen der in seinem Brand Partner-Antrag und -Vertrag enthaltenen Informationen informieren, indem er eine schriftliche Anfrage, einen ordnungsgemäß ausgefüllten Brand Partner-Antrag und -Vertrag mit den korrekten Informationen, falls zutreffend, mit neuen Unterschriften (keine „durchgestrichene" oder „korrigierte" Version des ersten Vertrags) und entsprechenden Belegen einreicht.

7.2. Platzierung

a. Der Brand Partner, der einen neuen Brand Partner anmeldet, ist der „Anwerber" des neuen Brand Partners. Der Brand Partner, der in der Upline direkt über einem neuen Brand Partner steht, ist der „Sponsor" des neuen Brand Partners. In den meisten Fällen sind der Anwerber und der Sponsor die gleiche Person.
b. Wenn im Brand Partner-Vertrag des neuen Brand Partners kein Sponsor angegeben ist, ist der Anwerber auch der Sponsor, es sei denn, der Anwerber „platziert" den neuen Brand Partner innerhalb von 30 Tagen ab dem Datum der Registrierung des neuen Brand Partners unter einem anderen Brand Partner innerhalb seiner/ihrer Organisation. Diese Platzierung ist endgültig.
c. Kunden können nicht platziert werden und müssen dem registrierenden Brand Partner zugewiesen werden.

7.3. Sponsorwechsel

a. Um den Sponsor zu ändern oder zu korrigieren, muss ein Brand Partner die folgenden Verfahren einhalten:
   1. Innerhalb von 30 Tagen nach der Registrierung eines neuen Brand Partners kann die Platzierung durch den Anwerber im Amare Global-Backoffice geändert oder korrigiert werden. Es ist nur eine solche Änderung der Platzierung zulässig. Nach einer solchen Platzierung sind keine weiteren Änderungen zulässig.
   2. II. Nach Ablauf von 30 Tagen nach der Registrierung des neuen Brand Partners kann ein Sponsorenwechsel nur unter außergewöhnlichen Umständen und nur dann erfolgen, wenn Amare Global und die unmittelbare Upline des Brand Partners und der/die Upline Leader dem Wechsel zustimmt/en. Wenn ein Brand Partner einen Wechsel des Sponsors beantragen möchte, sind die folgenden Verfahren einzuhalten:
      i. Der Brand Partner muss einen schriftlichen Antrag an Amare Global stellen, in dem er die Gründe für die gewünschte Änderung angibt. Der Name und die ID des vorgeschlagenen neuen Sponsors müssen im Antrag angegeben werden.
      ii. Der Brand Partner muss zusammen mit seinem/ihren schriftlichen Antrag eine Bearbeitungsgebühr von 40 Euro (ohne Mehrwertsteuer) an Amare Global entrichten. Diese Gebühr wird nicht erstattet, auch wenn der Antrag abgelehnt wird.
      iii. Auf Anfrage von Amare Global muss der Brand Partner dem Unternehmen zusätzliche Informationen zur Verfügung stellen, um die Anfrage zu bewerten.
      iv. Es kann bis zu 45 Tage dauern, bis Amare Global die Anfrage prüft und sich bei dem anfragenden Brand Partner meldet.
      v. Anträge auf Wechsel des Sponsors, die bei Amare Global am oder nach dem 25. eines Monats eingehen, werden frühestens im Folgemonat bearbeitet.
      vi. Amare Global kann dem Antrag nach eigenem Ermessen zustimmen oder ihn ablehnen.
      vii. Amare Global kann seine Zustimmung von der Zustimmung zur Änderung seitens des Sponsors, des Anwerbers und der Upline-Leader des antragstellenden Brant Partners abhängig machen. In diesem Fall wird dem Antrag nur dann stattgegeben, wenn alle Upline Brand Partner dem Antrag schriftlich zustimmen. Das entsprechende Genehmigungsformular wird dem antragstellenden Brand Partner von Amare Global zur Verfügung gestellt. Es liegt in der Verantwortung des antragstellenden Brand Partners, die notwendigen Genehmigungen der Upline, wie von Amare Global festgelegt, einzuholen.
      viii. Wenn ein Antrag auf Änderung des Sponsors genehmigt wird, gilt die Änderung NICHT rückwirkend ab dem Datum des Antrags.
b. Die Downline des Brand Partners, falls vorhanden, wird NICHT zusammen mit dem Brand Partner übertragen, es sei denn, Amare Global genehmigt dies nach eigenem Ermessen.

7.4. Wechsel des Anwerbers eines Brand Partners

a. Nach der Registrierung eines neuen Brand Partners darf der Anwerber nicht gewechselt werden, außer unter den unten beschriebenen, sehr begrenzten Umständen, da der Wechsel des Anwerbers erhebliche Auswirkungen auf den Vergütungsplan von Amare Global hat. Der Anwerber darf zu keinem anderen Brand Partner wechseln als zum Sponsor des betreffenden Brand Partners. Ein Brand Partner darf seine/ihre Organisation nicht ändern, es sei denn, dies ist in Abschnitt 7.5 unten vorgesehen.

b. Wenn ein Wechsel des Anwerbers gewünscht wird, kann der Anwerber eines Brand Partners einen Antrag an das Unternehmen stellen, den Anwerber des betreffenden Brand Partners in den Sponsor des Brand Partners zu ändern. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, einen solchen Antrag nach eigenem Ermessen abzulehnen.
c. Ungeachtet des Vorstehenden kann der Anwerber eines neuen Brand Partners den Anwerber innerhalb von 30 Tagen nach der Registrierung des neuen Brand Partners zu einem anderen Brand Partner in seiner/ihrer Organisation wechseln. Wurde der Wechsel des Anwerbers nicht innerhalb dieses Zeitraums ausgeführt, kann ein Antrag wie oben beschrieben gestellt werden.
d. Für den ersten Antrag auf Anwerber-Wechsel wird keine Gebühr erhoben. Danach ist eine Gebühr von 40 Euro (ohne MwSt.) zu entrichten, die bei jedem weiteren Antrag auf Anwerber-Wechsel eingereicht werden muss.
e. Amare Global behält sich das Recht vor, Anträge auf einen Wechsel des Anwerbers zu genehmigen oder abzulehnen und damit zusammenhängende Fehler jederzeit und auf die Art und Weise zu korrigieren, die für notwendig erachtet wird.

7.5. Änderung der Organisation

a. Wenn ein Amare Global-Brand Partner Organisationen übertragen möchte, muss er/sie ein Rücktrittsschreiben an die Amare Global Kundendienstabteilung senden und für sechs (6) Monate nach Erhalt des Schreibens inaktiv bleiben (keine Bestellungen aufgeben oder nicht an einem Subscribe & Save teilnehmen), bevor er/sie sich bei einem anderen Sponsor/einer anderen Platzierung wieder registrieren kann. Für den Rang Gold oder höher beträgt der Zeitraum zwölf (12) Monate.
b. Amare Global behält sich das Recht vor, nach Rücktritt des Brand Partners Anträge auf eine erneute Registrierung zu genehmigen oder abzulehnen.
c. Wenn die erneute Registrierung genehmigt wird, erhält der ehemalige Brand Partner eine neue Amare Global ID-Nummer und muss einen neuen Brand Partner-Vertrag einreichen. Der Brand Partner ist nicht berechtigt, frühere Ränge, Downlines oder Rechte auf Provisionszahlungen von einer früheren Organisation zu behalten.

7.6. Verkaufen, Abtreten oder Delegieren des Eigentums

a. Ein Amare Global-Brand Partner darf ohne vorherige schriftliche Genehmigung von Amare Global, die nicht unangemessen verweigert werden darf, seine/ihre Rechte nicht verkaufen, übertragen oder abtreten oder seine/ihre Position als Brand Partner delegieren. Jeder Versuch eines Verkaufs, einer Übertragung, Abtretung oder Delegation ohne eine solche Genehmigung kann nach dem Ermessen von Amare Global für ungültig erklärt werden.
b. Wird der Verkauf von Amare Global genehmigt, tritt der Käufer/Übernehmer/Abtretungsempfänger (im Folgenden „Käufer") in die vom Verkäufer/Übertragenden/Abtretenden (im Folgenden „Verkäufer") gehaltene Position mit dem aktuellen qualifizierten Titel ein, jedoch mit dem zum Zeitpunkt des Verkaufs aktuellen „Paid-as-Rang" und erwirbt die Organisation des Verkäufers.
c. Um eine Genehmigung für den Verkauf, die Übertragung oder die Abtretung einer Amare Global-Vertriebspartnerschaft zu beantragen, müssen die folgenden Unterlagen bei der Amare Global Compliance-Abteilung eingereicht werden:
    1. Ein ordnungsgemäß ausgefülltes und mit den erforderlichen Unterschriften versehenes Formular für den Verkauf/ die Übertragung der Vertriebspartnerschaft
    2. Eine Kopie des unterzeichneten und datierten Vertrags zwischen dem Verkäufer und dem Käufer
    3. Ein vom Käufer ausgefüllter und unterzeichneter Amare Global Brand Partner-Vertrag;
    4. Zahlung der Verwaltungsgebühr von 200 Euro (zuzüglich MwSt.);
    5. Alle von Amare Global angeforderten zusätzlichen Unterlagen.
d. Alle Verbindlichkeiten, die Verkäufer oder Käufer gegenüber Amare Global haben, müssen vor der Genehmigung des Verkaufs, der Übertragung oder der Abtretung durch Amare Global erfüllt sein.
e. Ein Brand Partner, der seine/ihre Vertriebspartnerschaft verkauft, kann für sechs (6) volle Kalendermonate nach dem Datum des Verkaufs in keiner Organisation als Brand Partner registriert werden, es sei denn, in diesen Richtlinien ist ausdrücklich etwas anderes festgelegt. Für den Rang Gold oder höher beträgt der Zeitraum zwölf (12) Monate.

7.7. Scheidung eines Brand Partners

a. Amare-Brand Partner betreiben ihre Amare-Unternehmen manchmal als Ehepartnerschaften, normale Partnerschaften, Kapitalgesellschaften oder Trusts. Wenn eine Ehe geschieden wird oder eine

Kapitalgesellschaft, eine Personengesellschaft oder ein Trust (die drei genannten Rechtssubjekte werden hier gemeinsam als „Rechtssubjekte" bezeichnet) aufgelöst wird, müssen Vorkehrungen getroffen werden, um sicherzustellen, dass eine Trennung oder Aufteilung des Unternehmens so erfolgt, dass die Interessen und Einkünfte anderer Unternehmen, die in der Up- oder Downline der Sponsoren stehen, nicht beeinträchtigt werden. Wenn die sich trennenden Parteien nicht für die besten Interessen der anderen Brand Partner und des Unternehmens sorgen, wird Amare den Unabhängigen Geschäftspartner-Vertrag einseitig kündigen.

b. Während der Anhängigkeit einer Scheidung oder der Auflösung einer Gesellschaft müssen die Parteien eine der folgenden Vorgehensweisen wählen:
    1. Eine der Parteien kann mit Zustimmung der anderen Partei(en) das Amare-Geschäft auf der Grundlage einer schriftlichen Abtretung betreiben, durch die der abtretende Ehegatte, die abtretenden Gesellschafter, Partner oder Treuhänder Amare ermächtigen, direkt und ausschließlich mit dem anderen Ehegatten oder dem nicht abtretenden Gesellschafter, Partner oder Treuhänder Handel zu treiben.
    2. Die Parteien können das Amare-Geschäft weiterhin gemeinsam betreiben, wobei alle von Amare gezahlten Vergütungen auf den gemeinsamen Namen der Brand Partner oder auf den Namen der aufzuteilenden Gesellschaft gezahlt werden, so wie es die Parteien unabhängig untereinander vereinbaren können.
    3. Können sich die Parteien nicht darüber einigen, wie das Geschäft während der Dauer einer Scheidung oder Auflösung aufgeteilt werden soll, behandelt das Unternehmen das Geschäft so, wie es vor der Einreichung der Scheidung oder Auflösung bestand.
    4. Nach Abschluss des Scheidungsverfahrens kann sich der Ehegatte, der das Geschäft nicht übernimmt, unmittelbar danach wieder bei dem Anwerber und Sponsor seiner/ihrer Wahl registrieren. In solchen Fällen hat der ehemalige Ehepartner jedoch keine Rechte an Brand Partnern oder aktiven Kunden in der ehemaligen Organisation und darf diese auch nicht anwerben und muss ein neues Geschäft in der gleichen Weise wie jeder andere neue Amare Global-Brand Partner aufbauen.

c. Unter keinen Umständen wird die Downline-Organisation geschiedener Ehegatten oder eines sich auflösenden Unternehmens aufgeteilt. Ebenso wird Amare unter keinen Umständen Provisions- und Bonuszahlungen zwischen geschiedenen Ehegatten oder Mitgliedern von sich auflösenden Unternehmen aufteilen. Amare erkennt nur eine Downline-Organisation an und wird nur eine Provisionsauszahlung pro Amare-Geschäft pro Provisionszyklus vornehmen. Provisionszahlungen werden immer an dieselbe Person oder Einrichtung ausgezahlt. Sollten die Parteien eines Scheidungs- oder Auflösungsverfahrens nicht in der Lage sein, einen Streit über die Aufteilung der Provisionen und das Eigentum am Unternehmen beizulegen, wird der Unabhängige Brand Partner-Vertrag unwillkürlich aufgehoben.

d. Wenn ein ehemaliger Ehepartner oder ein ehemaliges verbundenes Unternehmen alle Rechte an seinem ursprünglichen Amare-Geschäft vollständig abgetreten hat, steht es ihm danach frei, unter einem Sponsor seiner Wahl zu sponsern, solange er/sie die hierin festgelegten Wartezeitanforderungen erfüllt. In diesem Fall hat der ehemalige Ehegatte oder Partner jedoch keine Rechte gegenüber Geschäftspartnern in ihrer ehemaligen Organisation oder gegenüber ehemaligen Einzelhandelskunden. Sie müssen das neue Geschäft auf die gleiche Weise entwickeln wie jeder andere neue Brand Partner.

7.8. Auflösung der Geschäftseinheit

a. Wenn eine Geschäftseinheit, die ein Amare Global-Geschäft betreibt, aufgelöst wird, müssen die Eigentümer der Geschäftseinheit das Unternehmen über die Identität der entsprechenden Partei, die das Geschäft übernehmen soll, informieren. Das Amare Global-Geschäft muss an eine einzige natürliche oder juristische Person vergeben werden, die zuvor vom Unternehmen als Eigentümer der Geschäftseinheit anerkannt wurde; das Unternehmen kann das Geschäft nicht auf mehrere Parteien aufteilen oder separate Provisionszahlungen leisten.

b. Der Empfänger des Amare Global-Geschäfts muss außerdem innerhalb von 30 Tagen ab dem Datum der Auflösung der Geschäftseinheit einen Amare Global-Brand Partner-Vertrag unterzeichnen und dem Unternehmen vorlegen, andernfalls wird der Vertrag annulliert. Wenn die Geschäftseinheit ihr Amare Global-Geschäft an eine natürliche oder juristische Person verkaufen oder übertragen möchte, die zuvor nicht vom Unternehmen als Eigentümer der Geschäftseinheit anerkannt wurde, muss sie dies gemäß Abschnitt 7.1 tun.

c. Nach Abschluss der Unternehmensauflösung können sich die Eigentümer/Hauptgeschäftsführer, die das Amare Global-Geschäft nicht übernommen haben, unmittelbar danach erneut bei dem Anwerber und Sponsor ihrer Wahl anmelden. In solchen Fällen haben diese ehemaligen Eigentümer/Hauptgeschäftsführer jedoch keine Rechte an Brand Partnern oder aktiven Kunden in der ehemaligen Organisation und dürfen diese auch nicht anwerben und müssen ein neues Geschäft in der gleichen Weise wie jeder andere neue Amare Global-Brand Partner aufbauen.

7.9. Nachfolge

a. Im Todesfall eines einzelnen Brand Partners kann sein/ihr Unternehmen auf seine/ihre Erben übergehen. Um die Ordnungsmäßigkeit der Übertragung zu gewährleisten, müssen dem Unternehmen die dem örtlichen Recht entsprechenden sachgemäßen Unterlagen vorgelegt werden. Dementsprechend sollte ein Brand Partner einen Rechtsanwalt konsultieren, der ihm/ihr bei der Erstellung eines Testaments oder einer anderen testamentarischen Verfügung, wie vom örtlichen Recht verlangt, behilflich ist. Wenn ein Amare-Geschäft durch ein Testament oder eine andere testamentarische Verfügung, wie vom örtlichen Recht verlangt, übertragen wird, erwirbt der Erbe das Recht, alle Boni und Provisionen der Marketingorganisation des verstorbenen Brand Partners zu kassieren, sofern die folgenden Voraussetzungen erfüllt sind. Der/die Nachfolger müssen:
    - Einen neuen Vertrag über Unabhängige Brand Partner abschließen
    - die Vertragsbestimmungen einhalten und
    - alle Voraussetzungen für den Status des verstorbenen Brand Partners erfüllen.

b. Die Bonus- und Provisionszahlungen eines gemäß diesem Abschnitt übertragenen Amare-Geschäfts werden in einer einzigen Zahlung gemeinsam an die testamentarischen Erben ausgezahlt. Die Erben müssen Amare eine Adresse nennen, an die alle Bonus- und Provisionsauszahlungen geschickt werden sollen. Wenn das Unternehmen an Miterben vererbt wird, müssen diese ein Unternehmen gründen, um eine Brand Partnerschaft fortzuführen.

c. Wenn der Nachfolger bereits ein bestehender Brand Partner ist, wird Amare Global diesem Brand Partner erlauben, seine/ihre eigene Vertriebspartnerschaft plus die geerbte Vertriebspartnerschaft für bis zu sechs (6) Monate aktiv zu halten. Am Ende der 6-Monats-Frist muss der Brand Partner entweder die bestehende Vertriebspartnerschaft oder die geerbte Vertriebspartnerschaft eingegliedert (falls zutreffend), verkauft oder anderweitig übertragen haben.

d. Wenn der Nachfolger die Amare Global-Vertriebspartnerschaft beenden möchte, muss er/sie eine notariell beglaubigte Erklärung einreichen, in der er/sie den Wunsch äußert, die Vertriebspartnerschaft zu beenden, zusammen mit einer beglaubigten Kopie der Sterbeurkunde, der Ernennung als Treuhänder und/oder anderen geeigneten rechtlichen Dokumenten.

e. Auf schriftlichen Antrag kann Amare Global eine Trauerfall-Freistellung von einem (1) Monat gewähren und die Auszahlung in Höhe des letzten bezahlten Paid-as-Rang vornehmen.

7.10. Übertragung bei Arbeitsunfähigkeit eines Geschäftspartners

Für die Übertragung eines Amare-Geschäfts aufgrund von Geschäftsunfähigkeit muss der Nachfolger Amare folgende Angaben machen: (1) eine notariell beglaubigte Kopie der Ernennung zum Vormund oder Treuhänder; (2) eine notariell beglaubigte Kopie des Gerichtsbeschlusses oder einer anderen nach örtlichem Recht erforderlichen Dokumentation, die das Recht des Nachfolgers begründet, das Amare-Geschäft zu verwalten; und (3) ein vom Treuhänder ausgefüllter Unabhängiger Brand Partner-Vertrag.

8. Nicht autorisierte Behauptungen und Handlungen

8.1. Entschädigung

Ein Geschäftspartner trägt die volle Verantwortung für alle seine/ihre mündlichen und schriftlichen Aussagen über Amare-Produkte und den -Global Vergütungsplan, die nicht ausdrücklich in offiziellen Amare Materialien enthalten sind. Die Brand Partner erklären sich damit einverstanden, Amare und die Direktoren, leitenden Angestellten, Mitarbeiter und Vertreter von Amare schadlos zu halten und sie von jeglicher Haftung freizustellen, einschließlich Urteilen, zivilrechtlichen Strafen, Rückerstattungen, Anwaltsgebühren, Gerichtskosten oder entgangenen Geschäften, die Amare als Folge nicht autorisierter Darstellungen oder Handlungen des Brand Partners entstanden sind. Diese Bestimmung gilt auch nach der Beendigung des Unabhängigen Brand Partner-Vertrags.

8.2. Angaben zu Produkten

a. Es dürfen keine Behauptungen (einschließlich persönlicher Erfahrungsberichte) über therapeutische, heilende oder wohltuende Eigenschaften der von Amare angebotenen Produkte aufgestellt werden, es sei denn, sie sind in den offiziellen Amare-Unterlagen enthalten, die für das Zielland des Verkaufs gelten. Insbesondere darf kein Brand Partner die Behauptung aufstellen, dass die Amare-Produkte für die Heilung, Behandlung, Diagnose, Linderung oder Vorbeugung von Krankheiten nützlich sind. Solche Aussagen können als medizinische oder pharmazeutische Angaben wahrgenommen werden. Solche Behauptungen verstoßen nicht nur gegen die Politik von Amare, sondern sind potenziell gefährlich und können gegen verschiedene länderübergreifende, nationale und lokale Gesetze verstoßen.
b. Wenn ein Brand Partner über die Vorteile der Produkte von Amare Global spricht, darf er nur solche Angaben machen, die aufgrund der Produktkennzeichnung oder der Marketingmaterialien von Amare erlaubt sind, und alle Behauptungen, einschließlich persönlicher und produktbezogener Geschichten, müssen mit dem folgenden Haftungsausschluss einhergehen: „Dieses Produkt dient nicht der Diagnose, Behandlung, Heilung oder Vorbeugung einer Krankheit."
c. Ein Brand Partner darf keine medizinischen Behauptungen für ein Produkt aufstellen oder ein Produkt von Amare Global zur Behandlung einer Krankheit verschreiben, da dies bedeuten würde, dass es sich bei den Produkten um Medikamente und nicht um Nahrungsergänzungsmittel handelt. Bei der Beschreibung der Amare Global-Produkte dürfen keine heilenden oder pharmazeutischen Aussagen gemacht werden. Diese Produkte sollten niemals mit Arzneimitteln verglichen werden, die zur Behandlung bestimmter Krankheiten oder Zustände eingesetzt werden.
d. Wenn ein Brand Partner für Amare Global-Produkte oder -Dienstleistungen wirbt, muss er die Tatsache offenlegen, dass der Brand Partner ein Amare Brand Partner ist, der Boni und Provisionen von Amare Global erhält.

8.3. Aussagen zum Einkommen

a. In ihrem Enthusiasmus, potenzielle Brand Partner zu sponsern, lassen sich einige Markenpartner gelegentlich dazu verleiten, Einkommensangaben oder Einkommensdarstellungen zu machen, um die dem Network-Marketing innewohnende Kraft zu veranschaulichen. Dies ist kontraproduktiv, da neue Brand Partner sehr schnell enttäuscht sein können, wenn ihre Ergebnisse nicht so umfangreich oder so schnell sind wie die Ergebnisse, die andere erzielt haben. Wir bei Amare sind der festen Überzeugung, dass das Einkommenspotenzial von Amare groß genug ist, um sehr attraktiv zu sein, ohne die Erträge anderer auszuweisen. Darüber hinaus regeln oder verbieten nationale und lokale Gesetze häufig bestimmte Arten von Einkommensangaben und Referenzen, die von Personen gemacht werden, die im Network-Marketing tätig sind.
b. Der Brand Partner muss deutlich machen, dass der Vergütungsplan auf dem Verkauf von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen und auf dem Sponsoring anderer Brand Partner basiert.
c. Auch wenn Brand Partner es für vorteilhaft halten, Kopien von Auszahlungen zur Verfügung zu stellen oder die Einkünfte von sich selbst oder anderen offen zu legen, haben solche Vorgehensweisen rechtliche Konsequenzen, die sich sowohl auf Amare als auch auf den Brand Partner, der die Behauptung aufstellt, negativ auswirken können, wenn nicht gleichzeitig mit der Einkommensangabe oder der Darstellung der Einkünfte auch die entsprechenden gesetzlich vorgeschriebenen Offenlegungen gemacht werden. Da Amare-Brand Partner nicht über die notwendigen Daten verfügen, um die gesetzlichen Anforderungen für Einkommensangaben zu erfüllen, darf ein Geschäftspartner, wenn er einem potenziellen Brand Partner die Amare-Geschäftsgelegenheit oder den globalen Vergütungsplan vorstellt oder bespricht, keine Einkommensprognosen oder Einkommensangaben machen oder sein/ihr Amare-Einkommen offenlegen (einschließlich der Vorlage von Auszahlungen, Kopien von Auszahlungen, Kontoauszügen oder Steuerunterlagen).
d. Der Brand Partner darf keine wesentlichen Tatsachen über den Vergütungsplan falsch wiedergeben oder weglassen, und er darf auch keine Behauptungen über Lebenshaltungseinkünfte aufstellen. Eine Behauptung über Lebenshaltungseinkünfte ist eine Aussage oder Darstellung, die darauf schließen lässt oder aussagt, dass der Brand Partner aufgrund des Einkommens, das er mit seinem Amare Global-Geschäft verdient, einen luxuriösen oder erfolgreichen Lebensstil genießen kann. Beispiele für verbotene Angaben zum Lebensstil sind unter anderem die folgenden Arten von Darstellungen:
    1. Dass ein Brand Partner (oder sein/ihr Ehepartner) seinen/ihren Arbeitsplatz aufgeben konnte.
    2. Dass ein Brand Partner in der Lage war, sein/ihr Einkommen ersetzen konnte.
    3. Dass ein Brand Partner aufgrund seiner/ihrer Einkünfte bei Amare Global in der Lage war, die Privatschule oder Hochschulausbildung eines Kindes zu zahlen.

4. Dass ein Brand Partner in der Lage war, teure oder luxuriöse materielle Besitztümer zu erwerben (z. B. Häuser, Autos, Schmuck, Boote, Wohnmobile usw.).
5. Dass ein Brand Partner aufgrund seines/ihres Verdienstes bei Amare Global in der Lage war, zu exotischen oder teuren Zielen zu reisen.

Die vorstehenden Beschränkungen für Einkommensangaben gelten für persönliche Präsentationen sowie für Werbematerialien, die von einem Brand Partner verteilt werden, einschließlich Postings in sozialen Medien.

e. Hypothetische Einkommensbeispiele, die verwendet werden, um die Funktionsweise des Global Vergütungsplans zu erklären, und die ausschließlich auf mathematischen Projektionen beruhen, können potenziellen Brand Partnern vorgelegt werden, solange der Brand Partner, der solche hypothetischen Beispiele verwendet, (1) dem/den potenziellen Brand Partner(n) deutlich macht, dass diese Einkünfte hypothetisch sind; und (2) jedem potenziellen Brand Partner eine aktuelle Kopie der offiziellen Einkommensoffenlegungserklärung von Amare zur Verfügung stellt.

f. Umgekehrt dürfen Brand Partner nie den Eindruck erwecken, man könne erfolgreich sein, wenn man sich nicht anstrengt. Beispiele für falsche Darstellungen unter diesem Gesichtspunkt sind unter anderem:
   1. Es ist ein startbereites System.
   2. Das System wird die Arbeit für dich erledigen.
   3. Steig einfach ein und deine Downline bildet sich durch Übertragung.
   4. Tritt einfach bei und ich werde deine Downline für dich aufbauen.
   5. Das Unternehmen übernimmt die gesamte Arbeit für dich.
   6. Du musst nichts verkaufen.
   7. Alles, was du tun musst, ist, deine Produkte jeden Monat kaufen.

   Die obigen Ausführungen sind nur Beispiele für unzulässige Darstellungen des Vergütungsplans und des Unternehmensprogramms. Es ist wichtig, dass Brand Partner diese oder andere Darstellungen unterlassen, die einen Interessenten zu der Annahme verleiten könnten, dass er als Brand Partner ohne Engagement, Anstrengung und Verkaufsgeschick erfolgreich sein kann.

8.4. Keine aggressive Preisgestaltung

Alle Verkäufe von Amare-Produkten durch Brand Partner dürfen nicht unter dem Empfohlenen Verkaufspreis liegen, der zum Zeitpunkt des Verkaufs auf der Amare-Website angegeben ist.

9. Interessenkonflikt

9.1. Abwerbungsverbot

a. Ein Amare Global-Brand Partner kann jederzeit an anderen Direktvertriebs-, Multilevel-, Network Marketing- oder Relationship Marketing-Geschäften oder Marketing-Geschäftsgelegenheiten teilnehmen. Während der Laufzeit dieses Vertrags und ein (1) Jahr danach darf ein Amare Global Markenpartner jedoch keinen Amare Global-Brand Partner oder Kunden für ein anderes Direktvertriebs- oder Network-Marketing-Geschäft anwerben, es sei denn, dieser Brand Partner oder Kunde wurde persönlich von einem solchen Brand Partner gesponsert.

b. Der Begriff „Anwerbung" bedeutet die tatsächliche oder versuchte Aufforderung, Registrierung, Ermutigung oder Bemühung, einen anderen Brand Partner oder Kunden in irgendeiner Weise (entweder direkt oder durch eine dritte Partei) zu beeinflussen, um sich für eine Direktverkaufs- oder Network-Marketing-Geschäftsgelegenheit anzumelden oder daran teilzunehmen oder eine andere Gelegenheit auf derselben Webseite oder demselben Social-Media-Account zu bewerben, auf dem der Brand Partner für Amare-Produkte oder eine Geschäftsgelegenheit wirbt.

c. Ein Verstoß gegen eine der Bestimmungen in diesem Abschnitt stellt einen unangemessenen und ungerechtfertigten vertraglichen Konflikt zwischen Amare Global und seinen Brand Partnern dar und würde Amare Global irreparablen Schaden zufügen. In einem solchen Fall kann Amare Global nach eigenem Ermessen für notwendig und angemessen gehaltene Disziplinarmaßnahmen gegen einen solchen Brand Partner oder dessen Position verhängen.

9.2. Konkurrierende Produkte und Geschäftsgelegenheiten

a. Ein Brand Partner kann andere Produkte auf denselben Webseiten und in den Werbeanzeigen bewerben, auf denen er Amare Global-Produkte verkauft. Brand Partner dürfen auf denselben Webseiten und in denselben Anzeigen keine anderen Multilevel-Marketing-Produkte verkaufen, die den Produkten von Amare Global ähnlich sind. Brand Partner dürfen Amare Global-Produkte oder -Dienstleistungen in Verkaufsunterlagen, auf einer Website oder in Verkaufsgesprächen nicht

zusammen mit anderen Produkten oder Dienstleistungen ausstellen oder zusammenfassen, um zu vermeiden, dass ein potenzieller Kunde oder Brand Partner verwirrt oder irregeführt wird und glaubt, dass eine Beziehung zwischen den Produkten und Dienstleistungen von Amare Global und Produkten und Dienstleistungen von anderen besteht.

b. Ein Verstoß gegen eine der Bestimmungen in diesem Abschnitt stellt einen unangemessenen und ungerechtfertigten vertraglichen Konflikt zwischen Amare Global und seinen Brand Partnern dar und würde Amare Global irreparablen Schaden zufügen. In einem solchen Fall kann Amare Global nach eigenem Ermessen für notwendig und angemessen gehaltene Disziplinarmaßnahmen gegen einen solchen Brand Partner oder dessen Position verhängen.

9.3. Überkreuz-Anwerbung (Cross-Recruiting)

a. Tatsächliches oder versuchtes Cross-Recruiting ist streng verboten. Cross-Recruiting ist definiert als das Anwerben, Registrieren oder Sponsern einer Person oder Geschäftseinheit, die bereits einen aktuellen Kunden- oder Unabhängigen Brand Partner-Vertrag mit Amare in einer anderen Sponsoring-Linie hat oder die einen solchen Vertrag innerhalb der letzten sechs Monate (12 Monate, wenn ein früherer Brand Partner den Rang Gold innehatte) in einer anderen Sponsoring-Linie hatte. Die Verwendung des Namens des Ehepartners oder eines Verwandten, von Handelsnamen, DBAs, angenommenen Namen, Unternehmen, Partnerschaften, Trusts, Bundes-ID-Nummern oder fiktiven ID-Nummern zur Umgehung dieser Richtlinie ist verboten. Brand Partner dürfen andere Amare-Brand Partner nicht herabsetzen, diskreditieren oder diffamieren, um einen anderen Brand Partner dazu zu bewegen, Teil der Marketingorganisation des Brand Partners zu werden.

b. Wird ein Cross-Recruiting entdeckt, muss dies dem Unternehmen unverzüglich mitgeteilt werden. Amare kann disziplinarische Maßnahmen gegen den Brand Partner ergreifen, der die Organisation gewechselt hat, und/oder gegen diejenigen Brand Partner, die das Cross-Recruiting gefördert oder daran teilgenommen haben. Amare kann auch alle oder einen Teil der Downline des verstoßenden Brand Partners in seine/ihre ursprüngliche Downline-Organisation verschieben, wenn das Unternehmen dies für angemessen und machbar hält. Amare ist jedoch nicht verpflichtet, die Downline-Organisation des angeworbenen Brand Partners zu verlegen, und die endgültige Verfügung über die Organisation liegt im alleinigen Ermessen von Amare. Die Brand Partner verzichten auf alle Ansprüche und Klagegründe gegen Amare, die sich aus der Disposition der Downline-Organisation des überkreuz-gesponserten Brand Partners ergeben oder damit in Zusammenhang stehen.

c. Diese Richtlinie verbietet nicht die Übertragung eines Amare Global-Geschäfts in Übereinstimmung mit der Amare Global-Verkaufs- oder Übertragungsrichtlinie, die in diesen Bestimmungen dargelegt ist.

9.4. Verbot unethischer Sponsoring-Aktivitäten

a. Zu den unethischen Sponsoring-Aktivitäten gehören unter anderem das Anlocken, Bieten oder die Anwendung unlauterer, betrügerischer oder irreführender Handlungen oder Praktiken in dem Versuch, eine natürliche oder juristische Person als Brand Partner anzuwerben oder zu versuchen, einen potenziellen oder neuen Brand Partner von einem anderen Brand Partner zu gewinnen.

b. Anschuldigungen wegen unethischen Sponsorings müssen der Amare Global Compliance-Abteilung innerhalb der ersten 90 Tage nach der Registrierung schriftlich mitgeteilt werden. Wenn die Berichte begründet sind, kann Amare Global den Brand Partner oder die Downline des Brand Partners auf einen anderen Sponsor, eine andere Platzierung oder eine andere Organisation übertragen, ohne dass der derzeitige Upline-Sponsor oder die Platzierungs-Brand Partner zustimmen müssen. Amare Global bleibt in solchen Fällen die letzte Instanz.

c. Amare Global verbietet „Stapel"-Handlungen (Stacking). Stacking ist die unerlaubte Manipulation des Amare Global-Vergütungssystems und/oder des Marketingplans, um Provisionen auszulösen oder eine Beförderung eines Downline-Brand Partners in unverdienter Weise zu bewirken. Ein Beispiel für Stacking ist, wenn ein Sponsor Teilnehmer ohne deren Wissen einer inaktiven Downline unterstellt, um eine unverdiente Qualifikation für Provisionszahlungen auszulösen. Stacking ist ein unethisches und inakzeptables Verhalten und wird als solches mit Maßnahmen bis hin zur Beendigung der Positionen als unabhängiger Berater aller Personen und/oder Geschäftseinheiten, die nachweislich direkt beteiligt sind, geahndet.

d. Sollten Brand Partner Mitglieder eines anderen Direktvertriebsunternehmens zum Verkauf oder Vertrieb von Amare Global-Produkten und -Dienstleistungen anwerben und/oder verlocken, tragen sie das Risiko, von dem anderen Direktvertriebsunternehmen verklagt zu werden. Wenn ein Prozess, ein Schiedsverfahren oder eine Schlichtung gegen einen Brand Partner angestrengt wird, in dem er

beschuldigt wird, unangemessene Rekrutierungsaktivitäten für das Verkaufspersonal oder die Kunden eines anderen Unternehmens durchgeführt zu haben, wird Amare Global weder die Verteidigungskosten oder Anwaltsgebühren des Brand Partners übernehmen noch den Brand Partner für ein Urteil, einen Schiedsspruch oder einen Vergleich entschädigen. Der Brand Partner ist allein dafür verantwortlich, die Richtlinien und Verfahren des anderen Direktvertriebsunternehmens zu verstehen.

e. Die unbefugte Verwendung des Namens des Ehepartners oder eines Verwandten, von Handelsnamen, angenommenen Namen, DBA-Bezeichnungen, Unternehmen, Partnerschaften, Trusts, Bundes-ID-Nummern oder fiktiven ID-Nummern zur Vermeidung oder Umgehung dieser oder jeglicher anderen in diesem Vertrag genannten Richtlinie ist verboten.

10. International marketing

a. Brand Partner sind nur in den Ländern berechtigt, Amare Produkte zu verkaufen und Kunden zu registrieren oder Brand Partner zu sponsern, in denen Amare befugt ist, Geschäfte zu tätigen, wie in den offiziellen Firmenunterlagen angekündigt. In Ländern, in denen Amare den Vertrieb und die Aktivitäten der Brand Partner genehmigt hat, müssen die Brand Partner die spezifischen Amare-Regeln für das jeweilige Land einhalten. Diese Vorschriften können von Land zu Land unterschiedlich sein, und die Brand Partner sind verpflichtet, die entsprechenden Vorschriften für das Land und die Gerichtsstände zu kennen, in denen sie Geschäfte tätigen wollen. Länderspezifische Informationen können von Zeit zu Zeit in einem Länderzusatz zu diesen Richtlinien und Verfahren aufgeführt werden.

b. Es ist den Brand Partnern untersagt, Produkte, Dienstleistungen oder Produktmuster des Unternehmens in nicht zugelassene Länder einzuführen oder bei der Einfuhr, dem Verkauf, dem Verschenken oder dem Vertrieb zu helfen.

c. Die Brand Partner müssen die lokalen Vorschriften für den persönlichen Gebrauch und den freien Handel einhalten.

d. Es ist Brand Partnern untersagt, Geschäfte mit „Specially Designated Nationals" und „Blocked Persons" gemäß OFAC (Office of Foreign Asset Control) oder mit Personen, die sich in sanktionierten Ländern befinden, zu tätigen.

e. Zusätzlich zu anderen Rechtsmitteln, die im Vertrag festgelegt sind, kann ein Brand Partner, der gegen diese internationalen Marketingrichtlinien verstößt, die Teilnahme an dem betroffenen internationalen Markt für einen von Amare Global festgelegten Zeitraum verlieren. Zu den Verboten, die sich aus einem solchen Verstoß ergeben, gehören unter anderem die folgenden:
   1. Der Brand Partner kann das Recht auf internationale Vertriebs-/Sponsoringrechte in dem betroffenen internationalen Markt verlieren
   2. Der Brand Partner und/oder seine Upline können den Anspruch auf Boni verlieren, die von der Organisation des Brand Partners in dem betroffenen internationalen Markt erwirtschaftet werden
   3. Der Brand Partner kann nach Ermessensspielraum von Amare Global keine Anerkennung bei Unternehmensveranstaltungen oder in den Unternehmensunterlagen im Zusammenhang mit der offiziellen Eröffnung eines neuen Marktes erhalten.

11. Pflichten der Brand Partner

11.1. Änderung der Kontaktinformationen

a. Um die rechtzeitige Lieferung von Produkten, Support-Materialien und Provisionsauszahlungen zu gewährleisten, ist es von entscheidender Bedeutung, dass Amare's Dateien auf dem neuesten Stand sind. Die Brand Partner sind verpflichtet, alle Adressen (einschließlich E-Mail-Adressen), Telefonnummern und persönlichen Informationen auf dem neuesten Stand zu halten. Dies kann im Backoffice des Brand Partners erfolgen oder alternativ durch Übermittlung der erforderlichen Korrekturen an den Kundendienst.

b. Um eine ordnungsgemäße Lieferung der Bestellungen zu gewährleisten, sollten alle Änderungen innerhalb einer angemessenen Zeitspanne (nicht mehr als dreißig (30) Tage) vor dem Datum des Inkrafttretens der Adress- oder Telefonnummernänderung eingehen. Dem Brand Partner kann eine Gebühr von 16 Euro für zurückgesandte Sendungen aufgrund einer falschen Lieferadresse berechnet werden.

11.2. Fortlaufende Schulung

a. Um mit der Amare-Geschäftsgelegenheit erfolgreich zu sein, muss jeder Brand Partner, der einen anderen Brand Partner oder Kunden in Amare sponsert, eine angemessene Assistenz- und

Trainingsfunktion ausüben, um sicherzustellen, dass seine/ihre Downline sein/ihr Amare-Geschäft ordnungsgemäß betreibt. Brand Partner sollten in ständigem Kontakt und Austausch mit den Brand Partnern in ihren Downline-Organisationen stehen.

b. Beispiele für einen solchen Kontakt und eine solche Kommunikation können unter anderem sein: Newsletter, schriftliche Korrespondenz, persönliche Treffen, telefonischer Kontakt, Voicemail, elektronische Post und die Begleitung von Downline-Brand Partnern oder Kunden zu Amare-Treffen, Schulungen und anderen Veranstaltungen. Upline-Brand Partner sollten auch versuchen, neue Brand Partner und/oder Kunden zu motivieren und in Amare-Produktkenntnissen, effektiven Verkaufstechniken, dem Amare Global-Vergütungsplan, der Einhaltung der Richtlinien und Verfahren sowie der Einhaltung lokaler Gesetze zu schulen.

c. Brand Partner müssen ihre Downline-Organisationen überwachen, um sicherzustellen, dass Downlines keine unangemessenen Produkt- oder Geschäftsaussagen machen oder sich in irgendeiner Weise illegal oder unangemessen verhalten. Auf Anfrage sollte jeder Brand Partner in der Lage sein, Amare einen dokumentierten Nachweis darüber zu erbringen, dass er/sie die Pflichten eines Sponsors kontinuierlich erfüllt. Einem Brand Partner wird davon abgeraten, einem Brand Partner oder Kunden in einer anderen Organisation Cross-line- Schulungen anzubieten, ohne zuvor die Zustimmung des Upline Leaders des Brand Partners oder Kunden einzuholen.

11.3. Permanente Vertriebspflichten

Unabhängig von der Intensität ihrer Sponsoringaktivität fühlen sich erfolgreiche Brand Partner verpflichtet, den Absatz durch die Gewinnung neuer Kunden und die Betreuung ihrer bestehenden Kunden stetig persönlich zu fördern.

11.4. Keine Herabsetzung

a. Amare möchte seinen unabhängigen Brand Partnern die besten Produkte, den besten Vergütungsplan und den besten Service in der Branche bieten. Dementsprechend sind konstruktive Kritik und Kommentare willkommen und sollten schriftlich an die Abteilung Brand Partner Services gerichtet werden. Denke immer daran, dass wir deine Meinung kennen müssen, um dich bestens betreuen zu können! Amare begrüßt zwar konstruktive Beiträge, aber negative Kommentare und Bemerkungen, die von Brand Partnern im Feld gemacht werden über Amare Global Brand Partner, Amare Global-Produkte oder -Dienstleistungen, den Vergütungsplan oder Amare Global-Direktoren, -Führungskräfte oder -Angestellte, Produktlieferanten oder Vertreter dienen nur dazu, den Enthusiasmus der anderen Amare Geschäftspartner zu dämpfen.

b. In ähnlicher Weise schafft das „Schimpfen" über die Konkurrenz ein negatives Umfeld, das der Branche schadet, und zwar in einer Weise, die letztlich auch Amare schaden kann. Aus diesem Grund und um ein gutes Beispiel für ihre Downline zu sein, sollten Brand Partner weder das Unternehmen und seine Produkte noch die Konkurrenz und ihre Produkte herabsetzen. Amare behält sich das Recht vor, Maßnahmen gegen Brand Partner zu ergreifen, deren persönliches Verhalten sich in dieser Hinsicht als störend und schädlich für Amare erweist. Beschwerden, Kritik und Bedenken über Amare Global sollten an die Compliance-Abteilung (compliance.eur@amare.com) gerichtet werden.

11.5. Meldung von Richtlinienverstößen

Brand Partner, die einen Verstoß gegen die Richtlinien durch einen anderen Brand Partner beobachten, werden ermutigt, einen schriftlichen Bericht über den Verstoß direkt an die Amare Compliance-Abteilung zu senden. Der Bericht sollte Einzelheiten zu den Vorfällen wie Datum, Anzahl der Vorfälle, beteiligte Personen und alle unterstützenden Unterlagen enthalten.

12. Vertrieb

12.1. Produktverkäufe

Der Amare Global-Vergütungsplan basiert auf dem Verkauf von Amare-Produkten an Endverbraucher. Brand Partner müssen die persönlichen Verkaufsanforderungen und die der Downline-Organisation erfüllen (sowie andere im Vertrag festgelegte Pflichten erfüllen), um Anspruch auf Boni, Provisionen und den Aufstieg in höhere Leistungsstufen zu haben.

12.2. Verkaufseinnahmen

a. Amare empfiehlt allen Brand Partnern, ihren Einzelhandelskunden zum Zeitpunkt des Verkaufs zwei Kopien eines offiziellen Amare-Kaufbelegs auszuhändigen. Diese Quittungen enthalten die Kundenzufriedenheitsgarantie für Amare-Produkte und einen Hinweis auf den Verbraucherschutz, sofern dieser durch das örtliche Recht gewährt wird. Aufzeichnungen, die die Einkäufe von Brand Partnern und Kunden dokumentieren, werden von Amare aufbewahrt; die Brand Partner sollten alle Einzelhandelsverkaufsquittungen für einen Zeitraum von zwei Jahren aufbewahren und sie Amare auf Anfrage des Unternehmens vorlegen. Darüber hinaus sollten Brand Partner daran denken, Aufzeichnungen im Zusammenhang mit Transaktionen von Brand Partnern aufzubewahren, um die Anforderungen für ihre unabhängigen Unternehmen nach lokalem Recht zu erfüllen (z. B. zur Erstellung von Unterlagen über Einnahmen und Ausgaben zur Unterstützung der steuerlichen Verpflichtungen eines Brand Partners).
b. Wenn ein Verkauf als „Tür-zu-Tür"-Verkauf gilt, sollten die Brand Partner sicherstellen, dass jede Quittung den Anforderungen des örtlichen Rechts entspricht.

12.3. Bereitstellung und Pflege von Einzelhandelsbestellformularen/Aufzeichnungen

Der Brand Partner muss allen Einzelhandelskunden ein ausgefülltes Einzelhandelsbestellformular zur Verfügung stellen, wenn ein Verkauf abgeschlossen ist. Die Brand Partner müssen die Kopien aller Einzelhandelsbestellformulare für einen Zeitraum von zwei (2) Jahren aufbewahren. Amare kann nach eigenem Ermessen Kopien anfordern und die Transaktionen sowie die Geschäftsbedingungen des Brand Partners überprüfen. Ein Muster des Einzelhandelsbestellformulars zur Verwendung im Markt des Brand Partners ist in deinem Back Office verfügbar.

13. Boni und Provisionen

13.1. Qualifikationen für Boni und Provisionen

a. Ein Brand Partner muss aktiv sein und sich an den Vertrag halten, um sich für Boni und Provisionen zu qualifizieren. Solange ein Brand Partner die Bedingungen des Vertrages einhält, zahlt Amare diesem Brand Partner Provisionen in Übereinstimmung mit dem Amare Global-Vergütungsplan.
b. Amare Global wird keine Zahlung an einen Brand Partner leisten, ohne einen vollständig ausgefüllten und unterschriebenen Amare Global Brand Partner-Vertrag erhalten zu haben. Alle Boni werden an den Hauptantragsteller im Brand Partner-Vertrag gezahlt.
c. Der Mindestbetrag, für den Amare einen Bankscheck ausstellt, beträgt 20 €. Wenn die Boni und Provisionen eines Brand Partners 20 € nicht erreichen oder überschreiten, wird das Unternehmen die Provisionen und Boni aufstocken, bis 20 € erreicht werden. Eine Zahlung wird veranlasst, sobald 20 € aufgelaufen sind. Die Zahlungsrichtlinien für Boni und Provisionen in anderen Währungen als dem US-Dollar werden von Zeit zu Zeit vom Unternehmen festgelegt. Boni und Provisionen werden am oder vor dem fünfzehnten Tag eines jeden Monats berechnet und ausgezahlt.

13.2. Berechnung von Provisionen und Unstimmigkeiten

Ein Amare Global-Brand Partner muss seine/ihre monatlichen Abrechnungen und Bonus-/Provisionsberichte umgehend überprüfen und etwaige Unstimmigkeiten innerhalb von dreißig (30) Tagen nach Erhalt melden. Nach Ablauf der 30-tägigen Kulanzfrist werden keine weiteren Anträge auf Neuberechnung der Provision mehr berücksichtigt.

13.3. Einbeziehung in einen Bonuszeitraum

Brand Partner müssen bis zum letzten Tag des Bonuszeitraums als Aktiv genehmigt und betrachtet werden, um in die Bonus- und Qualifikationsberechnungen für diesen Zeitraum einbezogen zu werden. Die Produkte müssen innerhalb des Bonuszeitraums gekauft und bezahlt werden, um für die Berechnung des Bonus und der Rangqualifikation für diesen Bonuszeitraum berücksichtigt zu werden.

13.4. Auszahlung einer Amare-Gutschrift

Wenn Amare-Gutschriften für eine Rückerstattung (wie in Abschnitt 14 der Rückerstattungsrichtlinien beschrieben) an den Brand Partner innerhalb des Bonuszeitraums ausgestellt werden, werden das Persönliche Volumen oder die Boni, die für diese Bestellung bezahlt wurden, nicht zurückgefordert und werden weiterhin für die Berechnung dieses Bonuszeitraums berücksichtigt. Bei der Auszahlung von

Amare-Gutschriften für eine künftige Bestellung wird jedoch das Persönliche Volumen dieser Bestellung proportional um den Prozentsatz der mit Amare-Credits bezahlten Bestellung reduziert.

13.5. Downline-Aktivitätsberichte

Alle Informationen, die von Amare in Online- oder telefonischen Downline-Aktivitätsberichten zur Verfügung gestellt werden, einschließlich, aber nicht beschränkt auf persönliche und Gruppen-Verkaufsvolumina (oder Teile davon), Downline-Sponsoring-Aktivitäten und andere Informationen, werden als korrekt und zuverlässig angesehen. Dennoch werden die Informationen aufgrund verschiedener Faktoren, einschließlich der inhärenten Möglichkeit menschlicher und mechanischer Fehler, der Genauigkeit, Vollständigkeit und Rechtzeitigkeit von Bestellungen, der Verweigerung von Kreditkarten- und elektronischen Zahlungen, der Rückgabe von Produkten, der Rückbuchung von Kreditkarten- und elektronischen Zahlungen, von Amare oder den Personen, die die Informationen erstellen oder übermitteln, nicht garantiert.

13.6. Garantien

ALLE VOLUMENINFORMATIONEN (wie im Amare Global-Vergütungsplan beschrieben) WERDEN OHNE AUSDRÜCKLICHE ODER STILLSCHWEIGENDE GEWÄHRLEISTUNGEN ODER ZUSICHERUNGEN JEGLICHER ART BEREITGESTELLT. INSBESONDERE, ABER OHNE EINSCHRÄNKUNG, WIRD KEINE GEWÄHRLEISTUNG DER MARKTGÄNGIGKEIT, DER EIGNUNG FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK ODER DER NICHTVERLETZUNG VON RECHTEN ÜBERNOMMEN.

SOWEIT NACH GELTENDEM RECHT ZULÄSSIG, HAFTEN AMARE UND/ODER ANDERE PERSONEN, DIE DIE INFORMATIONEN ERSTELLEN ODER ÜBERMITTELN, IN KEINEM FALL GEGENÜBER BRAND PARTNERN ODER ANDEREN PERSONEN FÜR DIREKTE ODER INDIREKTE SCHÄDEN, FOLGESCHÄDEN, BEILÄUFIG ENTSTANDENE SCHÄDEN, BESONDERE SCHÄDEN ODER SCHÄDEN MIT STRAFCHARAKTER, DIE SICH AUS DER NUTZUNG DER INFORMATIONEN ODER AUS DEM ZUGANG ZU DIESEN ERGEBEN (EINSCHLIESSLICH, ABER NICHT BESCHRÄNKT AUF ENTGANGENEN GEWINN, BONI ODER PROVISIONEN, ENTGANGENE CHANCEN SOWIE SCHÄDEN, DIE DURCH UNGENAUIGKEIT, UNVOLLSTÄNDIGKEIT, UNANNEHMLICHKEITEN, VERZÖGERUNGEN ODER NUTZUNGSAUSFALL DER INFORMATIONEN RESULTIEREN), SELBST WENN AMARE ODER ANDERE PERSONEN, DIE DIE INFORMATIONEN ERSTELLEN ODER ÜBERMITTELN, AUF DIE MÖGLICHKEIT SOLCHER SCHÄDEN HINGEWIESEN WURDEN. IM GRÖSSTMÖGLICHEN RECHTLICH ZULÄSSIGEN UMFANG ÜBERNEHMEN AMARE ODER ANDERE PERSONEN, DIE DIE INFORMATIONEN ERSTELLEN ODER ÜBERMITTELN, KEINE VERANTWORTUNG ODER HAFTUNG GEGENÜBER DIR ODER ANDEREN IM RAHMEN JEGLICHEN SCHADENERSATZRECHTS, VON VERTRÄGEN, FAHRLÄSSIGKEIT, GEFÄHRDUNGSHAFTUNG, PRODUKTHAFTUNG ODER ANDEREN THEORIEN IN BEZUG AUF DEN GEGENSTAND DIESES VERTRAGS ODER DAMIT VERBUNDENEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN.

14. Produktgarantien, Rückgabe und Rückkauf von Lagerbeständen

14.1. KUNDEN-Löschung, Produktzufriedenheitsgarantie und Rückgabebedingungen

a. Amare bietet eine Dreißig (30)-Tage-Geld-zurück-Zufriedenheitsgarantie (abzüglich der Versandkosten) auf alle von Kunden gekauften Produkte. Die 30-Tage-Frist beginnt an dem Tag, an dem der Kunde das Produkt erhält. Kunden müssen alle gebrauchten und ungebrauchten Produkte an Amare zurücksenden. Nach Erhalt bearbeitet das Amare Vertriebszentrum alle Rückgaben und Rückerstattungen innerhalb von dreißig Tagen nach Erhalt des Produkts.
b. Wird eine Bestellung mit Waren erfüllt, die in getrennten Sendungen ankommen, hat der Kunde das Recht, die Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach der Lieferung der letzten Ware zu widerrufen. Der Kunde muss seine Absicht zum Widerruf ausdrücklich zum Ausdruck bringen. Ein Widerrufsformular ist zwar verfügbar, muss aber nicht zwingend verwendet werden; jede eindeutige Erklärung (z. B. per E-Mail oder Brief) gilt ebenfalls als Widerrufserklärung. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass der Kunde seine Widerrufserklärung vor Ablauf der 14-tägigen Frist absendet. Die Widerrufserklärung sollte folgende Angaben enthalten:
    1. die Adresse des Kunden
    2. die Beschreibung der Waren
    3. das Datum der Bestellung
    4. eine eventuelle Referenznummer auf der Bestellung.

Der Kunde ist verpflichtet, die Ware umgehend und innerhalb von 14 Tagen nach Bekanntgabe des Widerrufs an das Unternehmen zurückzusenden. Der Kunde trägt die Kosten für die Rücksendung der Ware.

c. Wenn der Kunde den Vertrag widerruft, muss er/sie alle Zahlungen, einschließlich der Lieferkosten, zurückerhalten. Die Erstattung erfolgt unverzüglich, spätestens jedoch bis:
    - 14 Tage nach dem Tag, an dem der Brand Partner die gelieferte Ware vom Kunden zurückerhalten hat, oder
    - (falls früher) 14 Tage, nachdem der Kunde den Nachweis erbracht hat, dass er die Ware zurückgesandt hat, oder
    - falls keine Ware geliefert wurde, 14 Tage nach dem Tag, an dem Brand Partner über den Entschluss des Kunden, diesen Vertrag zu widerrufen, informiert wurde.

    Die Erstattung muss mit der gleichen Zahlungsmethode erfolgen, die der Kunde für die Zahlung verwendet hat.

d. Auswirkungen von Produktrückgaben durch Kunden auf Brand Partner: Wenn der Brand Partner ein vom Kunden zurückgegebenes Produkt umtauschen möchte, muss er sich innerhalb von 45 Tagen nach dem ursprünglichen Kaufdatum mit dem Unternehmen in Verbindung setzen, um einen Produktumtausch eines wiederverkaufbaren Produkts gemäß Abschnitt 14.2 zu veranlassen.

e. Die Brand Partner erklären sich damit einverstanden, dass der Kunde sich an Amare wenden kann, um eine Rückerstattung zu erhalten, wenn er innerhalb von 30 Tagen nach dem Kauf eines Produkts direkt von der Firma aus irgendeinem Grund nicht zufrieden ist, indem er die Kundenbetreuung anruft oder eine E-Mail an cs.ger@amare.com schreibt, um einen Umtausch oder eine Rückerstattung des gekauften Produkts/der gekauften Produkte zu erwirken. Die Brand Partner müssen die Entscheidung des Kunden anerkennen und dürfen den Kunden nicht davon abhalten, eine Rückerstattung zu beantragen.

f. Wenn ein Kunde eine Rückerstattung direkt bei einem Brand Partner beantragt, muss der Brand Partner einen Antrag auf Rückerstattung beim Unternehmen einreichen. Der Brand Partner muss den Betrag der Rückerstattung für den Kunden berechnen, den Kunden das Rückerstattungsformular unterschreiben lassen und die Rückerstattung sofort an den Kunden mit der gleichen Auszahlungsmethode auszahlen, die er für den Kauf des Produkts/der Produkte verwendet hat. Der Brand Partner muss dann innerhalb von 30 Tagen nach der Rückerstattung an den Kunden den Rückerstattungsantrag und eine Kopie des Original-Bestellformulars des Kunden zusammen mit den Original-Produktetiketten oder dem unbenutzten Teil des Produkts bzw. den leeren Produktbehältern an Amare senden. Amare tauscht dann die zurückgegebenen Produkte gegen das identische Ersatzprodukt für den Brand Partner aus, sobald alle erforderlichen Unterlagen vorliegen.

14.2. BRAND PARTNER-Löschung und Rückkaufverfahren

a. Brand Partner haben eine Frist von 14 Kalendertagen ab dem Datum des Unabhängigen Brand Partner-Vertrags, von dem sie ohne Vertragsstrafe und ohne Angabe von Gründen zurücktreten können, vorausgesetzt, der Brand Partner informiert Amare vor Ablauf der Frist schriftlich über eine solche Entscheidung zum Rücktritt.

b. Das Unternehmen erstattet alle vom Brand Partner gezahlten Beträge. Alle nicht verkauften Produkte und Verkaufshilfen müssen sich in einem wiederverkaufsfähigen Zustand befinden und innerhalb von 14 Tagen nach dem Datum der Löschung zurückgegeben werden.

c. Im Falle einer freiwilligen Beendigung oder Kündigung eines Vertrags für Unabhängige Brand Partner durch eine der Parteien kauft Amare vom Brand Partner den Teil des aktuell marktfähigen Inventars des Brand Partners zurück, den der Brand Partner in den vorangegangenen zwölf Monaten von Amare erworben hat.

d. Der unabhängige Brand Partner informiert das Unternehmen schriftlich über seine/ihre Entscheidung, seinen/ihren Vertrag freiwillig zu kündigen. Alle Produkte müssen innerhalb von 14 Tagen nach dem Datum der Löschung zurückgeschickt werden. Unter der Voraussetzung, dass der Kauf des Produkts/der Produkte durch den Brand Partner nicht vertragswidrig erfolgt ist, gilt Folgendes:
    1. Rückkauf der Produkte (einschließlich Schulungs- und Werbematerialien, Geschäftshandbücher und Sets) jederzeit zwischen dem 15. Tag, jedoch innerhalb von 90 Tagen ab dem Datum der Annahme seines/ihres Vertrags: Der volle Preis des Produkts (einschließlich MwSt.), abzüglich einer angemessenen Bearbeitungsgebühr und gegebenenfalls abzüglich eines Betrags zur Berücksichtigung des verringerten Werts. Wird der Vertrag durch das Unternehmen gekündigt, entfallen diese Abzüge, und das Unternehmen erstattet angemessene Versandkosten für die Rücksendung der Produkte.

2. Rückkauf der Produkte (einschließlich Schulungs- und Werbematerialien, Geschäftshandbücher und Sets) jederzeit zwischen dem 90. Tag, jedoch innerhalb eines Jahres (1 Jahr) ab dem Datum der Annahme seines /ihres Vertrags: zu einem Preis, der nicht unter 90 % des Produktpreises (einschließlich Mehrwertsteuer) liegt, die der Brand Partner für den Kauf dieser Produkte gezahlt hat, abzüglich eines Betrags in Höhe:
   (1) aller Provisionen, Boni oder sonstigen Vorteile, die der Direktverkäufer in Bezug auf diese Produkte erhalten hat
   (2) aller Beträge, die der Brand Partner dem Unternehmen auf irgendeinem Konto schuldet und
   (3) eine angemessene Bearbeitungsgebühr von bis zu 10 % des bezahlten Preises.

e. Die Geschäftslizenz wird vollständig zurückerstattet, wenn der Brand Partner seine/ihre Vertriebspartnerschaft innerhalb von 30 Tagen nach der Zahlung kündigt.
f. Das Unternehmen akzeptiert keine Rückgabe von Produkten, die unter Verletzung der 70%-Regel gekauft wurden.
g. Die Kosten für die Rücksendung der Produkte an Amare werden vom Brand Partner getragen und nicht erstattet.
h. Für die Zwecke des Vertrags umfasst der Bestand, der Gegenstand des Rückkaufs ist, alle vom Unternehmen hergestellten Produkte, Werbematerialien, Starterpakete oder andere Verkaufshilfen, die seitens des Brand Partners von Amare gekauft wurden.
i. Die Rückkaufbestimmungen dieses Abschnitts gelten nicht für Inventar, das derzeit nicht marktfähig ist. Derzeit verkäufliches Inventar umfasst keinen Bestand, dessen Verfallsdatum überschritten ist, bei dem das manipulationssichere Sicherheitssiegel beschädigt oder entfernt wurde, der geöffnet oder teilweise verbraucht wurde, der vom Unternehmen eingestellt wurde oder der saisonaler Natur ist oder ein spezielles Werbeprodukt ist.
j. Individuelle Bestellungen von gedruckten Verkaufshilfen (z.B. Visitenkarten, Broschüren, etc.), auf denen die Kontaktinformationen des Brand Partner geprägt oder aufgedruckt sind oder die vom Brand Partner hinzugefügt wurden, können nicht im derzeit marktfähigen Zustand zurückgegeben werden und sind daher nicht erstattungsfähig.
k. Wenn der Brand Partner die Produkte nicht beansprucht und sie später zurückgekauft oder erstattet werden (d. h. die Bestellung wurde abgelehnt, die Adresse oder Telefonnummer ist falsch, die Lieferung ist fehlgeschlagen oder aus irgendeinem anderen Grund), werden dem Brand Partner Verwaltungsgebühren in Höhe von 16 EUR (+ MwSt.) in Rechnung gestellt und er bleibt für die Kosten verantwortlich, die für den Versand des Produkts an den Brand Partner und die Rücksendung des Produkts an Amare bezahlt wurden.

14.3. Rückgabeverfahren

a. Alle Rücksendungen, ob durch einen Kunden oder einen Brand Partner, müssen wie folgt vorgenommen werden:
   1. Der Brand Partner oder der Kunde sollte sich mit dem Amare Global-Kundenservice in Verbindung setzen und unter Verwendung der registrierten Kontaktdaten die Rückgabeanforderung schriftlich einreichen
   2. Erhalt einer Rücksendegenehmigung („RMA“) von Amare Global durch Kontaktaufnahme mit dem Kundendienst
   3. Angabe deiner Amare Global-Partnernummer, die Bestellnummer und den Grund für die Rücksendung, wenn der Brand Partner dies wünscht
   4. Sorgfältige Kenntnisnahme der Informationen zu deinem Rückgabeverfahren, die vom Amare Global Kundendienst zur Verfügung gestellt werden.
b. Sofern in den Abschnitten 14.1 und 14.2 nichts anderes festgelegt ist, müssen alle Produkte innerhalb von 14 Tagen nach Ausstellung der Rücksendegenehmigung vom Brand Partner oder Kunden an Amare geschickt werden. Alle Rücksendekosten sind vom Kunden oder Brand Partner zu tragen. Um die Rücksendung zu erleichtern, senden Sie die Produkte bitte an die folgende Adresse Landskronavägen 27 A, 252 32 Helsingborg - Schweden.
c. Die Bearbeitung von Rückgaben kann bis zu 14 Werktage in Anspruch nehmen.
d. Alle Rücksendungen müssen vorausbezahlt an Amare Global geschickt werden, da Amare Global keine unfreien Pakete akzeptiert. Amare Global empfiehlt, die zurückgesendeten Produkte mit Sendungsverfolgung und Versicherung zu versenden, da das Risiko des Verlusts oder der Beschädigung beim Versand der zurückgesendeten Produkte ausschließlich vom Kunden oder Brand Partner getragen werden muss. Wenn das zurückgesandte Produkt nicht im Amare Global-

Vertriebszentrum eintrifft, liegt es in der Verantwortung des Kunden oder des Brand Partners, die Sendung zurückzuverfolgen, und es wird keine Gutschrift erteilt.

e. Für Rücksendungen ohne vorherige Genehmigung besteht kein Anspruch auf Erstattung.
f. Sendest du Artikel aus einer Bestellung zurück, die ein kostenloses Geschenk mit Kauf („GMK") enthielt, und fällt der Wert deiner Bestellung nach der Rückgabe unter den für das GMK qualifizierenden Betrag, muss das eingelöste GMK ebenfalls zurückgesendet werden. Wird das GMK nicht zurückgegeben, fallen Gebühren auf der Grundlage des Marktwerts des GMK an, die wie folgt abgezogen werden: a) für Brand Partner von der dem Brand Partner im nächsten Monat zustehenden Provisionsauszahlung; b) für Kunden von dem dem Kunden zustehenden Gesamtbetrag der Rückerstattung. Diese Rückgaberichtlinien gelten sowohl für Rücksendungen von Brand Partnern innerhalb der 14-tägigen Widerrufsfrist als auch für Rückgaben von Kunden im Rahmen der 30-tägigen Geld-zurück-Zufriedenheitsgarantie sowie für alle Nachbestellungen, die mit einem bereits bestehenden Konto getätigt werden.

14.4. Rücksendung von beschädigten oder fehlerhaft versandten Produkten

a. Wenn ein Kunde oder Brand Partner beschädigte oder falsche Produkte erhält, wird Amare Global die zurückgegebenen Produkte innerhalb von fünfzehn (15) Tagen nach Erhalt umtauschen. Zurückgesandte Produkte werden nach Möglichkeit durch unbeschädigte Produkte ersetzt. Sollte ein Umtausch nicht möglich sein, behält sich Amare Global das Recht vor, dem Kunden oder Brand Partner eine Gutschrift über den Gesamtbetrag der umgetauschten Produkte zu erteilen.
b. Im Falle eines beschädigten Pakets muss der Brand Partner alles mit Fotos in digitalem Format dokumentieren, die er der an das Unternehmen gerichteten Mitteilung beifügt, um das Vorhandensein und das Ausmaß des Schadens zu überprüfen, der durch den physischen Transport der Produkte durch den Kurier verursacht wurde.

14.5. Provisionsanpassungen infolge der Rückgabe von Produkten im Rahmen der Löschung, des Rückkaufs oder der Kunden-Rückgabepolitik

a. Wenn ein Produkt zur Rückerstattung an Amare zurückgegeben oder vom Unternehmen zurückgekauft wird, werden die Boni und Provisionen, die dem/den zurückgegebenen oder zurückgekauften Produkt/en zuzuordnen sind, in dem Monat, in dem die Rückerstattung erfolgt, und danach in jedem Zahlungszeitraum bis zur Rückerstattung der Provisionen von den Brand Partnern abgezogen, die Boni oder Provisionen für den Verkauf der zurückerstatteten Produkte erhalten haben.
b. Die Abzüge erfolgen in dem Monat, in dem die Rückerstattung erfolgt, und werden in jedem weiteren Zahlungszeitraum fortgesetzt, bis der Bonus, die Provisionen oder das Volumen zurückerstattet sind.
c. Für den Fall, dass ein solcher Brand Partner seinen/ihren Vertrag als Unabhängiger Brand Partner kündigt und die Beträge der Boni oder Provisionen, die den zurückgegebenen Produkten zuzuordnen sind, noch nicht vollständig vom Unternehmen zurückgefordert wurden, kann der Rest des ausstehenden Betrags mit den Beträgen verrechnet werden, die dem gekündigten Brand Partner geschuldet werden. Darüber hinaus kann Amare Global nach eigenem Ermessen zusätzliche Möglichkeiten nutzen, um ausstehende Boni oder Provisionen, die nicht vollständig zurückgezahlt wurden, geltend zu machen.
d. Wenn eine Produkt- oder Dienstleistungstransaktion vom Amare Global-Zahlungsabwickler für Händler (Merchant Payment Processor) rückbelastet wird, werden die Boni und Provisionen, die dem Produkt oder der Dienstleistung zuzuordnen sind, den Brand Partnern abgezogen, die Boni oder Provisionen für diese Verkäufe erhalten haben. Die Abzüge erfolgen in dem Monat, in dem die Rückbuchung eingeht, und werden in jedem darauffolgenden Zahlungszeitraum fortgesetzt, bis der Bonus und/oder die Provision zurückgebucht ist. Wenn ein Brand Partner eine Rückbuchung für eine Bestellung veranlasst, die von dem Brand Partner stammt, kann Amare Global alle mit der Rückbuchung verbundenen Gebühren zurückfordern und das Konto des Brand Partners sperren. Das Volumen, das zurückgefordert wird, darf nicht zwischen dem 28. Tag des Monats und dem 3. Tag des Folgemonats ersichtlich sein, damit die Brand Partner die Möglichkeit haben, ihr Rangvolumen am Ende eines jeden Monats zu verstehen.

14.6. Beschränkungen für den Wiederverkauf von Produktpaketen

Artikel innerhalb eines Produktpakets können nur dann einzeln weiterverkauft werden, wenn für den einzelnen Artikel ein Preis festgelegt wurde. Andernfalls ist der Einzelverkauf von Artikeln ohne festen Preis verboten.

15. Datenschutzerklärung

15.1. Einführung

Amare Global hat unter https://www.amare.com/PrivacyPolicy.html eine Datenschutzrichtlinie veröffentlicht, um die Art und Weise zu beschreiben, in der Amare Global persönliche Informationen sammelt, verwendet und offenlegt (die „Datenschutzrichtlinie"). Die Datenschutzrichtlinie beschreibt und legt offen, wie Amare Global die persönlichen Informationen schützt, die von Kunden, Brand Partnern, potenziellen Kunden und Brand Partnern und anderen mitgeteilt werden. Mit der Registrierung als Brand Partner und der Nutzung oder dem Besuch der amareglobal.com-Website erklären sich die Brand Partner mit den Datenschutzrichtlinien einverstanden.

15.2. Anspruch auf Datenschutz

a. Amare Global würdigt und respektiert die Bedeutung, die seine Kunden und Brand Partner dem Schutz ihrer finanziellen und persönlichen Daten beimessen. Wie in den Datenschutzrichtlinien dargelegt, wird Amare Global angemessene Anstrengungen unternehmen, um den Datenschutz und die Vertraulichkeit der Finanz- und Kontoinformationen sowie der persönlichen Daten seiner Kunden und Brand Partner zu wahren. Es ist jedoch wichtig zu verstehen, dass keine Schutzmaßnahmen oder Vorsichtsmaßnahmen absolute Sicherheit bieten können.
b. Mit dem Abschluss des Brand Partner-Vertrags ermächtigt ein Brand Partner Amare Global, seinen/ihren Namen und seine/ihre Kontaktinformationen an Upline-Brand Partner weiterzugeben, und zwar ausschließlich für Aktivitäten im Zusammenhang mit der Förderung des Amare Global-Geschäfts. In Bezug auf persönliche Informationen über die Brand Partner und Kunden in ihren Organisationen verpflichten sich die Brand Partner, die Vertraulichkeit und Sicherheit dieser Informationen zu wahren und sie ausschließlich zum Zweck der Unterstützung und Betreuung ihrer Organisationen und der Durchführung der Geschäfte von Amare Global zu verwenden.

15.3. Zugang zu Informationen durch Mitarbeiter

Amare Global und seine Tochtergesellschaften verpflichten sich, die notwendigen Vorkehrungen zu treffen, um die Informationen von Unabhängigen Geschäftspartnern / Kunden / Gästen / Besuchern vertraulich zu behandeln und diese Informationen nicht an Dritte weiterzugeben. Amare Global und seine Mitarbeiter verpflichten sich, die bei der Ausübung ihrer Tätigkeit erhaltenen Daten zu schützen und diese nur im Rahmen des Gesetzes zum Schutz personenbezogener Daten Nr. 6698 („DSGVO") zu verwenden.

15.4. Beschränkungen bei der Offenlegung von Kontoinformationen

Amare Global gibt keine persönlichen oder finanziellen Informationen über aktuelle oder ehemalige Kunden oder Brand Partner an Dritte weiter, außer wie in der Datenschutzrichtlinie beschrieben.

15.5. Verpflichtungen der Brand Partner zum Schutz der Privatsphäre

A. Wenn ein Brand Partner personenbezogene Daten von oder über einen Brand Partner, einen potenziellen Brand Partner, einen Kunden oder einen potenziellen Kunden erhält, liegt es in der Verantwortung des Brand Partners, die Sicherheit der personenbezogenen Daten aufrechtzuerhalten und die personenbezogenen Daten anderer zu schreddern, zu zerstören oder unwiderruflich zu löschen, sobald der Brand Partner sie nicht mehr benötigt. Soweit es für einen Brand Partner erforderlich ist, personenbezogene Daten anderer zu speichern oder aufzubewahren, muss der Brand Partner die Daten an einem sicheren Ort speichern oder aufbewahren, unabhängig davon, ob es sich um einen physischen oder digitalen Ort handelt. Kreditkarten- und Zahlungsinformationen müssen sofort nach der Abwicklung der Zahlung vernichtet/gelöscht werden. Personenbezogene Daten im Sinne dieses Dokuments sind Informationen, die allein oder in Kombination mit anderen personenbezogenen oder identifizierenden Informationen dazu verwendet werden können, eine Person zu identifizieren, zu lokalisieren oder zu kontaktieren. Beispiele für personenbezogene Daten sind der Name, die Wohnanschrift oder eine andere physische Adresse, die E-Mail-Adresse, die Telefonnummer, die Sozialversicherungsnummer oder eine andere Steueridentifikationsnummer, die Reisepassnummer, die Führerscheinnummer, die

Bankkontonummer, die Kreditkarten- oder Debitkartennummer sowie persönliche Merkmale wie ein Foto, Fingerabdrücke, die Handschrift oder andere eindeutige biometrische Daten einer Person.

16. Urheberrechtlich geschützte Informationen und Geschäftsgeheimnisse

16.1. Geschäftsberichte, Listen und urheberrechtlich geschützte Informationen

Die Brand Partner erkennen an und stimmen zu, dass Geschäftsberichte, Listen mit Namen und Kontaktinformationen von Kunden und Brand Partnern sowie alle anderen Informationen, die finanzielle oder andere Informationen enthalten, die von Amare Global schriftlich oder anderweitig verbreitet werden und sich auf das Geschäft von Amare Global beziehen (zusammenfassend „Berichte"), vertrauliche und geschützte Informationen und Geschäftsgeheimnisse von Amare Global sind. Amare Global hat beträchtliche Zeit, Mühe und finanzielle Mittel in die Erstellung der Berichte investiert.

16.2. Verpflichtung zur Vertraulichkeit

a. Diese Berichte befinden sich im alleinigen Besitz und unterliegen dem alleinigen Ermessen von Amare Global. Amare Global behält sich das Recht vor, jedem Brand Partner den Zugang zu Berichten zu verweigern und die sofortige Rückgabe oder Vernichtung von Berichten zu verlangen. Die Berichte werden den Brand Partnern streng vertraulich zur Verfügung gestellt und dienen ausschließlich dem Zweck, sie bei der Zusammenarbeit mit ihren jeweiligen Organisationen bei der Entwicklung ihrer unabhängigen Amare Global-Geschäfte zu unterstützen. Jeder Brand Partner und Amare Global stimmen darin überein, dass Amare Global ohne diese Vertraulichkeitsvereinbarung dem Brand Partner keine Berichte zur Verfügung stellen würde.

b. Zum Schutz des vertraulichen und geschützten Charakters der Berichte ist es einem Brand Partner während der Laufzeit des Vertrags und für einen Zeitraum von fünf (5) Jahren nach dessen Kündigung oder Beendigung aus irgendeinem Grund nicht gestattet, in seinem eigenen Namen oder im Namen einer anderen Person, Partnerschaft, Vereinigung, Körperschaft oder sonstigen Einrichtung Folgendes zu tun:
    1. die Informationen in den Berichten verwenden, um mit Amare Global zu konkurrieren oder zu einem anderen Zweck als der Förderung seines/ ihres Amare Global-Geschäfts
    2. Vertrauliche Informationen, die in den Berichten enthalten sind, verwenden oder an irgendeine Person oder Einrichtung weitergeben, einschließlich der Replikation der Genealogie in einem anderen Network-Marketing-Unternehmen
    3. Berichte, Teile der Berichte oder Informationen aus den Berichten an Dritte weitergeben
    4. Die Berichte oder darin enthaltene Informationen in irgendeiner Weise verwenden, um Amare Global-Kunden und -Brand Partner zu identifizieren und für andere kommerzielle Gelegenheiten und Aktivitäten zu werben oder
    5. Absichtlich oder unabsichtlich einen der Berichte, einen Teil eines Berichts oder in einem der Berichte enthaltene Informationen in einer Weise verwenden oder offenlegen, die Amare Global irreparablen Schaden zufügt.

c. Der Brand Partner nimmt zur Kenntnis und erklärt sich damit einverstanden, dass die hierin enthaltenen Vertraulichkeitsverpflichtungen des Brand Partners jede Beendigung oder Kündigung des Vertrags überdauern.

16.3. Verstoß und Rechtsbehelfe

Der Brand Partner erkennt an, dass diese geschützten Informationen so beschaffen sind, dass sie einzigartig sind und dass ihre Offenlegung oder Nutzung unter Verletzung dieser Bestimmung zu irreparablem Schaden für Amare Global und für unabhängige Unternehmen von Amare Global führen wird. Amare Global ist berechtigt, Unterlassungsansprüche oder Schadensersatzansprüche gegen jeden Brand Partner geltend zu machen, der gegen diese Bestimmung verstößt, um seine Rechte unter diesem Abschnitt durchzusetzen. Die obsiegende Partei hat Anspruch auf Zahlung der Anwaltsgebühren, Gerichtskosten und Auslagen.

16.4. Rückgabe oder Vernichtung von Berichten

Auf Verlangen von Amare Global wird jeder gegenwärtige oder ehemalige Brand Partner das Original und alle Kopien aller „Berichte" an Amare Global zurückgeben oder vernichten, zusammen mit allen anderen vertraulichen Informationen von Amare Global, die sich im Besitz dieser Person befinden.

17. Streitbeilegung und Disziplinarverfahren

17.1. Disziplinarmaßnahmen

a. Ein Verstoß gegen den Vertrag, einschließlich dieser Richtlinien und Verfahren (falls zutreffend) oder jegliches illegale, betrügerische, irreführende oder unethische Geschäftsverhalten eines Brand Partners kann nach dem Ermessen von Amare zu einer oder mehreren der folgenden Korrekturmaßnahmen führen, die, falls erforderlich, als pauschaler Schadensersatz für einen Verstoß gegen den Vertrag betrachtet werden, jedoch nicht die anderen Vertragsrechte Amare's aufheben:
   1. Erteilung einer schriftlichen Verwarnung oder Ermahnung
   2. Aufforderung an den Brand Partner, unverzüglich Abhilfemaßnahmen zu ergreifen
   3. Auferlegung einer Geldstrafe, die von Bonus- und Provisionszahlungen einbehalten werden kann
   4. Verlust oder Aussetzung des Anspruchs auf eine oder mehrere Bonus- und Provisionszahlungen
   5. 5. Amare kann einem Brand Partner alle oder einen Teil seiner Boni und Provisionen während des Zeitraums vorenthalten, in dem Amare ein Verhalten untersucht, das einen Vertragsverstoß darstellen könnte. Wenn Amare sich dazu entschließt, den Vertrag aufgrund eines Vertragsbruchs durch den Brand Partner oder eines Verstoßes gegen geltende Gesetze oder Vorschriften zu kündigen, hat der Brand Partner keinen Anspruch auf Provisionen oder Zahlungen, die während des Untersuchungszeitraums vor der tatsächlichen Kündigung einbehalten wurden;
   6. Aussetzung des Rechts des Brand Partners, Produkte zu kaufen und/oder Zahlungen zu erhalten
   7. Beendigung des Vertrags
   8. Jede andere Maßnahme, die in einer der Bestimmungen des Vertrags ausdrücklich erlaubt ist oder die Amare für durchführbar und angemessen hält, um Schäden, die teilweise oder ausschließlich durch das Verhalten oder die Unterlassung des Brand Partners verursacht wurden, auf gerechte Weise zu beheben
   9. Die oben genannten Maßnahmen schöpfen die Rechte von Amare nicht aus und bedeuten nicht, dass Amare nicht auch gerichtliche Schritte für eine finanzielle und/oder gerechte Entschädigung einleiten oder andere Maßnahmen ergreifen kann, die nach dem Abkommen oder den geltenden Gesetzen zulässig sind.

17.2. Missstände und Beschwerden

Wenn ein Brand Partner einen Missstand oder eine Beschwerde bei einem anderen Brand Partner in Bezug auf eine Praxis oder ein Verhalten in Verbindung mit ihren jeweiligen Amare-Geschäften geltend macht, werden sie aufgefordert, die Angelegenheit durch private Gespräche mit der anderen Partei zu lösen. Ist dies nicht möglich oder erfolglos, wird der beschwerdeführende Brand Partner ermutigt, das Problem mit seinem Sponsor zu besprechen, der die Angelegenheit prüfen und versuchen kann, sie zu lösen, vielleicht durch die „gute Vermittlung" des Upline-Sponsors der anderen Partei. Ungelöste Streitfälle können schriftlich bei der Compliance Service-Abteilung des Unternehmens gemeldet werden, die sich gegebenenfalls an einen Ausschuss zur Beilegung von Streitigkeiten wenden kann, um eine endgültige Prüfung und Entscheidung zu treffen.

17.3. Schlichtungsausschuss

a. Der Schlichtungsausschuss setzt sich aus einer oder mehreren qualifizierten Personen zusammen, die von der Amare-Geschäftsleitung ausgewählt werden. Die Zusammensetzung des Schlichtungsausschusses kann sich jederzeit ändern. Die Aufgabe des Schlichtungsausschusses ist:
   1. die Überprüfung von Einsprüchen gegen Maßnahmen, die das Unternehmen wegen einer angeblichen Verletzung der Verpflichtungen eines Brand Partners ergriffen hat und
   2. die Überprüfung von Angelegenheiten zwischen Amare-Brand Partners. Wenn die vom Kundendienst vorgeschlagene Antwort oder Einigung abgelehnt wurde oder die Angelegenheit anderweitig ungelöst bleibt, kann der Schlichtungsausschuss Beweise prüfen, beraten und auf die verbleibenden Fragen antworten.

b. Ein Brand Partner kann einen schriftlichen Antrag auf eine telefonische oder persönliche Überprüfung stellen, innerhalb von sieben Arbeitstagen nach dem Datum: (1) der schriftlichen Mitteilung von Amare über die Einleitung der Maßnahme oder (2) der schriftlichen Entscheidung des Brand Partner-Services über Streitigkeiten zwischen Brand Partnern gemäß Abschnitt 17.3. Jegliche Kommunikation mit

Amare und dem Brand Partner zur Beilegung einer Streitigkeit muss schriftlich erfolgen. Es liegt im Ermessen des Schlichtungsausschusses, ob ein Antrag zur Überprüfung angenommen wird. Stimmt der Schlichtungsausschuss einer Überprüfung der Angelegenheit zu, setzt er innerhalb von dreißig (30) Tagen nach Eingang des schriftlichen Antrags des Brand Partners einen Überprüfungstermin an.

c. Alle Nachweise (z. B. Dokumente, Belege usw.), die ein Brand Partner vom Schlichtungsausschuss geprüft haben möchte, müssen spätestens sieben Werktage vor dem Prüfungstermin bei Amare eingereicht werden. Der Brand Partner trägt alle Kosten im Zusammenhang mit seiner/ihrer Anwesenheit und der Anwesenheit von Zeugen, deren Anwesenheit er/sie bei der Überprüfung wünscht. Die Entscheidung des Schlichtungsausschusses ist endgültig und unterliegt keiner weiteren Überprüfung durch das Unternehmen. Während der Anhängigkeit einer Klage vor dem Schlichtungsausschuss wird sich das Unternehmen aktiv allen Bemühungen eines Brand Partners widersetzen, ein Schiedsverfahren oder ein anderes Rechtsmittel gegen die andere(n) Partei(en) oder gegen Amare anzustreben.

17.4. Geltendes Recht und Gerichtsstand

Der Vertrag zwischen dem Brand Partner und dem Unternehmen wurde in Frankfurt am Main, Deutschland, geschlossen, da dies der Ort ist, an dem der Brand Partner den Antrag auf Registrierung als Unabhängiger Brand Partner von Amare eingereicht hat und wo der Antrag von Amare Global Germany GmbH geprüft und genehmigt wurde. Die Vertrag für Unabhängige Brand Partner unterliegt ausschließlich deutschem Recht, und der Brand Partner erklärt sich damit einverstanden, sich für die Beilegung von Ansprüchen oder damit zusammenhängenden Rechtsstreitigkeiten zur Auslegung oder Durchsetzung der Bedingungen des Vertrags für Unabhängige Brand Partner ausschließlich der Gerichtsbarkeit der deutschen Gerichte zu unterwerfen, mit Gerichtsstand in Frankfurt am Main.

18. Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens

Jeder Brand Partner verpflichtet sich, mindestens 70 % jeder dem Unternehmen erteilten Bestellung persönlich zu nutzen, zu verkaufen oder im Geschäftsaufbau einzusetzen, bevor er eine weitere Bestellung aufgibt. Jeder Brand Partner kann jederzeit aufgefordert werden, die Zertifizierung schriftlich zu bestätigen und die Einzelhandelsverkäufe zu dokumentieren. Es ist verboten, Produkte zu kaufen, nur um Boni zu erhalten oder einen bestimmten Rang zu erreichen. Amare Global behält sich das Recht vor, Boni und/oder Provisionen zurückzufordern, die für Verkäufe/Käufe gezahlt wurden, die gegen diese Regel verstoßen.

18.1. Kauf von überschüssigen Vorräten untersagt

Um sicherzustellen, dass Brand Partner nicht mit überschüssigem Inventar belastet werden, das sie nicht verkaufen können, kann dieses Inventar nach der Löschung durch den Brand Partner gemäß den hier beschriebenen Bedingungen an Amare zurückgegeben werden. Geschäftspartnern ist es untersagt, Produkte im Wert von mehr als 800 EUR pro Monat zu kaufen, es sei denn, sie bescheinigen Amare, dass sie offene Bestellungen haben, die diesen Betrag übersteigen oder sie legen Amare einen anderen schriftlichen Grund vor, warum ein solcher Kauf notwendig ist.

18.2. Die Verkaufsanforderungen werden durch den Vergütungsplan geregelt

a. Sofern nicht anders angegeben, werden die Produkte und Dienstleistungen zu den Großhandelspreisen der unabhängigen Brand Partner verarbeitet. Das Unternehmen hat eine unverbindliche Preisempfehlung für den Verkauf eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung an Einzelhandelskunden festgelegt, aber der Brand Partner kann nach eigenem Ermessen eigene Einzelhandelspreise festlegen. Es ist den Brand Partnern strengstens untersagt, die Amare-Produkte unter dem von der Gesellschaft in jeglichem Werbematerial veröffentlichten empfohlenen Verkaufspreis, sei es in gedruckter, elektronischer oder anderer Form, zu bewerben oder auszustellen. Es gibt keine exklusiven Gebiete, die irgendjemandem zugestanden werden. Für ein Amare Global-Geschäft fallen keine Franchisegebühren an.

b. Das Amare Global-Programm ist auf den Verkauf an den Endverbraucher ausgerichtet. Amare Global ermutigt seine Brand Partner, nur Waren zu kaufen, die sie und ihre Familie persönlich verbrauchen, die als Verkaufsinstrument verwendet werden oder die an andere für deren endgültigen Verbrauch weiterverkauft werden. Brand Partner dürfen niemals versuchen, andere Brand Partner zu beeinflussen, mehr Produkte zu kaufen, als sie in einem Monat vernünftigerweise verwenden oder an Einzelhandelskunden verkaufen können. Wir betonen und ermutigen alle Brand Partner, die Amare Global-Produkte und -Dienstleistungen an Kunden zu verkaufen. Der Erfolg eines Brand Partners kann

sich nur durch den systematischen Verkauf von Produkten und den Produktverkauf anderer Brand Partner innerhalb seiner Organisation einstellen.

19. Bestellungen

19.1. Allgemeine Bestellrichtlinien

Eine Person muss keine Produkte kaufen, um Brand Partner zu werden. Nur Brand Partner dürfen Amare Global- Produkte weiterverkaufen.

19.2. Bonuskäufe

„Bonuskäufe" sind streng und absolut verboten. Bonuskäufe umfassen: {a) die Registrierung von Einzelpersonen oder Unternehmen ohne Kenntnis und/oder Unterzeichnung eines Vertrags durch diese Personen oder Unternehmen; {b) die betrügerische Registrierung einer Einzelperson oder eines Unternehmens als Brand Partner oder Kunde; {c) die Registrierung oder versuchte Registrierung von nicht existierenden Einzelpersonen oder Unternehmen als Brand Partner oder Kunden („Phantome"); {d) der Kauf von Amare Global-Produkten oder -Dienstleistungen im Namen eines anderen Brand Partners oder Kunden oder unter der ID-Nummer eines anderen Brand Partners oder Kunden, um sich für Provisionen oder Boni zu qualifizieren; {e) der Kauf übermäßiger Mengen von Produkten oder Dienstleistungen, die vernünftigerweise nicht in einem Monat verwendet oder weiterverkauft werden können und/oder {f) jeder andere Mechanismus oder Trick, um sich für einen Rangaufstieg, Anreize, Preise, Provisionen oder Boni zu qualifizieren, der nicht durch gutgläubige Produkt- oder Dienstleistungskäufe von Endbenutzerkunden begründet ist. Bei einem Verstoß gegen diese Regel unterliegt der Brand Partner den darin enthaltenen Disziplinarbestimmungen.

19.3. Einschränkungen für die Verwendung von Kreditkarten durch Dritte und Zugang zu Girokonten

a. Um die Unabhängigkeit der Amare Brand Partner zu wahren und die Integrität des Vergütungsplans des Unternehmens zu schützen, rät Amare von jeglichen Vereinbarungen zwischen den unabhängigen Brand Partnern oder Kunden, die zu einer Verschuldung zwischen ihnen führen, ab.
b. Ein Brand Partner darf ohne die schriftliche Genehmigung des Kontoinhabers die Kreditkarte oder das Girokonto eines anderen Brand Partners oder Kunden nicht verwenden, um sich bei Amare Global anzumelden oder Produkte oder Dienstleistungen zu kaufen. Diese Dokumentation muss vom Brand Partner auf unbestimmte Zeit aufbewahrt werden, falls Amare Global darauf zurückgreifen muss. Brand Partner dürfen ihre eigenen Kreditkarten nicht verwenden, um Produkte für einen anderen Kunden oder Brand Partner über ein anderes Konto als das eigene Konto des Brand Partners zu kaufen. In den seltenen Fällen, in denen dies erforderlich ist, muss Amare Global die schriftliche Genehmigung des Kunden oder des Brand Partners, für den die Produktbestellung aufgegeben wird, erhalten. Amare Global kann jeden Verkauf stornieren, für den keine schriftliche Genehmigung vorliegt, was den Verfall der aus dem Verkauf resultierenden Provisionen und andere disziplinarische Maßnahmen zur Folge hat.

19.4. Kauf von Amare-Produkten

Jeder Brand Partner sollte seine Produkte direkt bei Amare kaufen, um das Persönliche Verkaufsvolumen, das mit diesem Kauf verbunden ist, gutgeschrieben zu bekommen.

19.5. Allgemeine Bestellrichtlinien

Bei Versandaufträgen mit ungültiger oder falscher Zahlung kann Amare versuchen, den Brand Partner telefonisch und/oder per Post zu kontaktieren, um eine korrekte Zahlung zu erhalten. Bleiben diese Versuche nach zehn (10) Werktagen erfolglos, wird die Bestellung storniert.

19.6. Versand und Rückstandsbearbeitung

Amare versendet die Produkte normalerweise innerhalb von fünf (5) Tagen nach Eingang der Bestellung. Amare wird bestellte Artikel, die derzeit auf Lager sind, umgehend versenden. Bestellte Artikel, die nicht vorrätig sind, werden nachbestellt und verschickt, sobald Amare zusätzlichen Bestand erhält. Brand Partnern wird das Persönliche Verkaufsvolumen für nachbestellte Artikel in Rechnung gestellt, es sei denn, sie werden auf der Rechnung darüber informiert, dass das Produkt nicht mehr hergestellt wird. Amare wird Brand Partner und Kunden benachrichtigen, wenn Artikel im Rückstand sind und voraussichtlich nicht

innerhalb von 30 Tagen ab Bestelldatum ausgeliefert werden können. Es wird ebenfalls ein voraussichtliches Versanddatum angegeben. Rückständige Artikel können auf Wunsch des Kunden oder des Brand Partners storniert werden. Kunden und Brand Partner können eine Rückerstattung, eine Gutschrift auf dem Konto oder Ersatzware für stornierte Rückbestellungen verlangen. Wenn eine Rückerstattung beantragt wird, wird das Persönliche Verkaufsvolumen des Brand Partners in dem Monat, in dem die Rückerstattung erfolgt, um den Betrag der Rückerstattung verringert.

19.7. Bestätigung der Bestellung

Bestätigung der Bestellung
Ein Brand Partner und/oder der Empfänger einer Bestellung muss bestätigen, dass das erhaltene Produkt mit dem auf der Versandrechnung aufgeführten Produkt übereinstimmt und nicht beschädigt ist. Wenn Amare nicht innerhalb von dreißig Tagen nach Erhalt der Sendung über Unstimmigkeiten oder Schäden informiert wird, verzichtet der Brand Partner auf sein Recht, eine Korrektur zu verlangen.

20. Zahlung und Versand

20.1. Einzahlung

Amare rät dringend davon ab, dass Brand Partner Geld für einen Verkauf an einen persönlichen Kunden annehmen, es sei denn, dies geschieht zum Zeitpunkt der Produktlieferung (z.B. nehmen Sie keine Gelder in Erwartung zukünftiger Lieferungen an).

20.2. Unzureichende Geldmittel

a. Es liegt in der Verantwortung jedes Brand Partners, dafür zu sorgen, dass auf seinem Konto genügend Geldmittel oder Guthaben vorhanden sind, um den Kauf von Produkten und Dienstleistungen zu decken. Amare nimmt keinen Kontakt zu Brand Partnern auf, wenn Bestellungen wegen unzureichender Deckung oder Kreditwürdigkeit storniert werden. Dies kann dazu führen, dass ein Brand Partner sein Persönliches Verkaufsvolumen nicht erreicht.
b. Der Brand Partner ist dafür verantwortlich, sich mit Amare in Verbindung zu setzen und eine Kreditkarte zur Verfügung zu stellen, die vor Ende des Monats abgerechnet werden kann, damit die Bestellung für diesen Monat berücksichtigt werden kann.

20.3. Returned Packages

Für Pakete, die wegen falscher Adresse, erfolgloser Zustellversuche, Rücksendung an den Absender oder aus anderen Gründen an Amare zurückgeschickt werden, müssen die Brand Partner die Kosten für den Versand von und zu Amare sowie eine Bearbeitungsgebühr von 16,00 € zuzüglich Mehrwertsteuer zahlen. Diese Kosten werden durch eine Anpassung des Bonus und der Provision des Brand Partners und/oder durch Belastung der bei Amare hinterlegten Kreditkarte(n) gedeckt.

20.4. Umsatz-, Nutzungs- und Mehrwertsteuer

a. Bei der Entwicklung der Amare-Geschäftsgelegenheit war es eine unserer Leitphilosophien, die Brand Partner von so vielen administrativen, operativen und logistischen Aufgaben wie möglich zu befreien. Auf diese Weise können sich die Brand Partner auf die Aktivitäten konzentrieren, die sich unmittelbar auf ihr Einkommen auswirken, nämlich den Verkauf von Produkten und die Registrierungsaktivitäten. Zu diesem Zweck versucht Amare, die Brand Partner von der Last der Erhebung und Abführung von Umsatz-, Nutzungs-, Waren- und Dienstleistungssteuern sowie Mehrwertsteuern („Verbrauchssteuern"), der Einreichung von Verbrauchssteuerberichten und der Führung von Aufzeichnungen in Bezug auf die Verbrauchssteuern zu befreien. Nichtsdestotrotz sind die Brand Partner verpflichtet, alle geltenden Gesetze und Vorschriften der Länder einzuhalten, in denen sie geschäftlich tätig sind. Die Verbrauchssteuer muss in der Regel vom Endverbraucher eines steuerpflichtigen Gegenstands gezahlt werden. Wann immer möglich, wird Amare daher versuchen, die anfallende Verbrauchssteuer im Namen des Brand Partners oder in Zusammenarbeit mit diesem einzuziehen und abzuführen.
b. Wenn das Unternehmen eines Brand Partners steuerbefreit ist, muss die Steueridentifikationsnummer Amare Global schriftlich mitgeteilt werden. Amare Global ermutigt alle Brand Partner, einen kompetenten Steuerberater, Buchhalter und/oder Rechtsberater in ihrem jeweiligen Fachgebiet zu konsultieren, um die Einhaltung der steuerlichen und aller anderen gesetzlichen Vorschriften in Bezug

auf ihre geschäftlichen Aktivitäten sicherzustellen. Die Brand Partner erkennen an, dass Amare Global keine professionelle Steuer- oder Buchhaltungsberatung jeglicher Art anbieten kann.

21. Untätigkeit und Löschung

21.1. Wirkung der Löschung

a. Solange ein Brand Partner aktiv bleibt und die Vertragsbedingungen und diese Richtlinien und Verfahren einhält, zahlt Amare dem Geschäftspartner Provisionen in Übereinstimmung mit dem Global-Vergütungsplan. Die Boni und Provisionen eines Brand Partners stellen die gesamte Gegenleistung für die Bemühungen des Brand Partners bei der Generierung von Verkäufen und allen Aktivitäten im Zusammenhang mit der Generierung von Verkäufen (einschließlich des Aufbaus einer Downline-Organisation) dar. Nach der Löschung eines Brand Partners wegen Inaktivität, wie hier beschrieben oder der freiwilligen oder unfreiwilligen Kündigung seines/ihres Vertrags, einschließlich der Verletzung des Vertrags für Unabhängige Brand Partner oder der Verletzung der Richtlinien und Verfahren (alle diese Methoden werden zusammen als „gelöscht" oder „Löschung" bezeichnet), hat der ehemalige Brand Partner kein Recht, keinen Anspruch, keine Forderung und keinen Rechtsanspruch an der Marketingorganisation, in der er tätig war, an vergangenen, gegenwärtigen oder zukünftigen Geschäftsgeheimnissen oder anderen geschützten Informationen oder geistigem Eigentum von Amare oder an einer Provision oder einem Bonus aus den Verkäufen, die von der Organisation nach der Löschung des Brand Partners erzielt wurden.

b. Ein Brand Partner, dessen Vertrag gekündigt wird, verliert alle Rechte als Brand Partner. Dies schließt das Recht ein, Amare-Produkte zu verkaufen, sowie das Recht, zukünftige Provisionen, Boni oder andere Einnahmen zu erhalten, die aus den Verkäufen und anderen Aktivitäten der ehemaligen Downline-Verkaufsorganisation des Brand Partners resultieren. Um alle Zweifel auszuräumen, erklärt sich der Brand Partner damit einverstanden, im Falle einer Löschung auf alle Rechte zu verzichten, die er/sie möglicherweise hat, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Eigentumsrechte, Rechte an Geschäftsgeheimnissen, Rechte an geistigem Eigentum oder anderweitige Rechte an seiner/ihrer früheren Downline-Organisation, an Marketingdaten, Finanzdaten oder Kontaktinformationen im Zusammenhang mit dieser Downline-Organisation oder an jeglichen Boni, Provisionen oder anderen Vergütungen, die andernfalls aus den Verkäufen oder anderen Aktivitäten dieser Downline-Organisation entstanden wären, wenn der Brand Partner nicht gelöscht worden wäre.

c. Der ehemalige Brand Partner darf sich nicht als Geschäftspartner von Amare ausgeben. Ein gelöschter Brand Partner erhält Provisionen und Boni nur für den letzten vollen Zahlungszeitraum, in dem er/sie vor der Löschung aktiv war (abzüglich aller Beträge, die während einer Untersuchung, die einer unfreiwilligen Kündigung vorausging, einbehalten wurden).

21.2. Unfreiwillige Löschung

a. Der Verstoß eines Brand Partners gegen eine der Vertragsbedingungen, einschließlich aller Änderungen, die Amare nach eigenem Ermessen vornehmen kann, kann zu einer der in Abschnitt 17.1 aufgeführten Sanktionen führen, einschließlich der unfreiwilligen Löschung seines/ihres Vertrags für Unabhängige Brand Partner. Die Löschung tritt an dem Tag in Kraft, an dem die Nachricht oder Mitteilung an die im Antragsformular angegebene E-Mail- oder Postadresse des Brand Partners geschickt wird, an dem Tag, an dem die schriftliche Mitteilung mit Rückschein an die letzte bekannte Adresse des Brand Partners geschickt wird oder an dem Tag, an dem der Brand Partner die Mitteilung über die Löschung tatsächlich erhält, je nachdem, was zuerst eintritt.

b. Darüber hinaus kann Amare das Konto eines Brand Partners kündigen, wenn über einen Zeitraum von zwölf Monaten keine Produktkäufe getätigt wurden.

21.3. Freiwillige Löschung

a. Ein Amare-Brand Partner, der freiwillig als Brand Partner ausscheidet, kann sechs (6) Monate nach dem Datum der Kündigung eine erneute Registrierung als neuer Brand Partner beantragen. Wenn ein solcher Brand Partner sich erneut bei Amare anmeldet, wird er/sie als neuer Brand Partner registriert, aber jede Downline, die dem Brand Partner vor der Kündigung zugeordnet war, ist von einer solchen Neu-Registrierung nicht betroffen.

b. Ein Amare-Brand Partner, der für einen Zeitraum von zwölf Monaten inaktiv war, kann nach Amares Ermessen, 60 Tage nachdem dieser Zustand eingetreten ist, gekündigt werden. Erfüllt ein solcher Brand Partner innerhalb dieser 60 Tage die Voraussetzungen für den aktiven Status, wird der Vertrag nicht gekündigt. Ein solcher Brand Partner kann jedoch jederzeit einen Antrag auf Neu-Registrierung in

eine beliebige Position stellen. Die Downline des Brand Partners bleibt von der Änderung unberührt und wird nicht zusammen mit dem Brand Partner verschoben. Im Sinne dieser Richtlinie gilt als inaktiver Brand Partner jeder Brand Partner, der in zwölf aufeinanderfolgenden Monaten keinen Kauf getätigt hat.

c. Diese Richtlinie gilt nicht für Amare-Brand Partner, deren Vertrag für Unabhängige Brand Partner vom Unternehmen aus wichtigem Grund gekündigt wurde. Jeder dieser Brand Partner muss über die Genehmigung des Vorstandsvorsitzenden von Amare verfügen, bevor er wieder im Unternehmen registriert wird.

d. In jedem Fall muss ein solcher ehemaliger Brand Partner mindestens 12 Monate ab dem Datum der Kündigung warten, bevor er sich erneut bewerben kann.

21.4. Umklassifizierung

Wenn zum Zeitpunkt der Löschung des Brand Partner-Vertrags eines Brand Partners dieser Brand Partner auch am Amare Global-Subscribe & Save Programm teilnimmt, bleibt der Subscribe & Save-Vertrag des Brand Partners in Kraft, es sei denn, der Brand Partner verlangt ausdrücklich, dass sein/ihr Subscribe & Save-Vertrag gelöscht wird. Beantragt der ehemalige Brand Partner nicht die Löschung seines/ihres Subscribe & Save-Vertrags, wird der ehemalige Brand Partner als Kunde umklassifiziert.

21.5. Roll-Up der Organisation

Wenn in einer Organisation aufgrund der Kündigung oder Löschung eines Brand Partners eine Stelle frei wird, wird jeder Brand Partner in der ersten Stufe unmittelbar unterhalb des gekündigten Brand Partners in die erste Stufe („Frontline") des Sponsors des gekündigten Brand Partners versetzt. Dieses Roll-up erfolgt ein Jahr nach dem Datum der Kündigung. Wenn z. B. A Sponsor von B ist und B Sponsor von C1, C2 und C3, werden C1, C2 und C3, wenn die Vertriebspartnerschaft von B gelöscht oder gekündigt wird, ein Jahr nach der Löschung oder Kündigung von B auf A „hochgerollt" und werden Teil der ersten Stufe von A. Während des Einjahreszeitraums vor dem Roll-up wird die Position des gelöschten oder gekündigten Brand Partners ausgesetzt. Amare Global behält sich das Recht vor, die Organisation eines gekündigten oder gelöschten Brand Partners nach eigenem Ermessen nicht auf den nächsten aktiven Upline-Sponsor zu übertragen.

22. Rechtsnachfolger und Abtretungsempfänger

Der Vertrag ist für die Parteien und ihre jeweiligen Rechtsnachfolger und Abtretungsempfänger bindend und kommt ihnen zugute.

23. Recht auf Änderung

a. Amare behält sich das Recht vor, den Amare Global-Vergütungsplan, den Vertrag für Unabhängige Brand Partner und diese Richtlinien und Verfahren jederzeit und aus jedem Grund nach eigenem und absolutem Ermessen zu ändern.

b. Das Unternehmen kann seine sonstigen Unterlagen und Produktpreise nach eigenem Ermessen ändern, indem es den Brand Partner entweder speziell oder allgemein über die offiziellen Unternehmensunterlagen informiert, vorausgesetzt, dass das Unternehmen jede Änderung der jährlichen finanziellen Verpflichtung des unabhängigen Brand Partners mindestens 60 Tage im Voraus schriftlich ankündigt. Nach einer solchen Mitteilung gilt die Aufgabe einer Produktbestellung durch den Unabhängigen Brand Partner oder das Sponsoring eines neuen Unabhängigen Brand Partners als Annahme der mitgeteilten Vertragsänderungen.

24. Widerrufsrecht von Amare

Amare Global behält sich das Recht vor, alle Brand Partner-Verträge mit einer Frist von dreißig (30) Tagen schriftlich zu kündigen, falls es sich dafür entscheidet: (1) den Geschäftsbetrieb einzustellen, (2) sich als juristische Person aufzulösen oder (3) den Vertrieb seiner Produkte über den Direktverkauf einzustellen.

25. Verschiedenes

25.1. Verzögerungen

Amare Global haftet nicht für Verzögerungen oder Unzulänglichkeiten bei der Erfüllung seiner Verpflichtungen, wenn diese aufgrund von Umständen, die sich seiner Kontrolle entziehen, wirtschaftlich

undurchführbar werden. Eine solche Undurchführbarkeit bezieht sich auf behördliche Entscheidungen, Handlungen, Transaktionen, Streiks, Aussperrungen, Ereignisse höherer Gewalt wie Krieg, zivile Unruhen, Rebellion, Aufstand, Tod, Lagerbeschränkungen, Verhängung des Ausnahmezustands, Regierungspraktiken, Präsidialdekrete, Ausgangssperren und/oder Reisebeschränkungen, Sabotage und terroristische Handlungen, Erdbeben, Stürme, Überschwemmungen, Brände oder ähnliche Naturkatastrophen, Epidemien, Pandemien oder andere Ereignisse höherer Gewalt, die die Erfüllung der Verpflichtungen aus diesen Richtlinien und Verfahren und dem Vertrag dauerhaft verhindern oder verzögern. Auch in solchen Fällen ist Amare Global nicht haftbar. Der Unabhängige Brand Partner darf in diesen Fällen keine Vertragsänderung vornehmen, keinen Schadenersatz verlangen, nicht widersprechen und keine Rechte, Forderungen, Rückgabe (Rückkauf), insbesondere keine Anpassung, aufgrund dieser Umstände fordern und einklagen.

25.2. Trennbare Richtlinien und Bestimmungen

Sollte eine Bestimmung des Vertrags in seiner gegenwärtigen oder in einer später geänderten Form von einem zuständigen Gericht für ungültig oder nicht durchsetzbar befunden werden, so wird nur der ungültige Teil bzw. die ungültigen Teile der beanstandeten Bestimmung aufgelöst, und die übrigen Geschäftsbedingungen bleiben in vollem Umfang in Kraft und werden davon nicht berührt.

25.3. Verzicht

a. Amare verzichtet niemals auf sein Recht, auf der Einhaltung des Vertrags und der geltenden Gesetze, die das Verhalten eines Brand Partners regeln, zu bestehen und diese durchzusetzen. Keine Verzögerung oder kein Versäumnis von Amare, ein Recht oder eine Befugnis im Rahmen des Vertrags auszuüben oder auf die strikte Einhaltung einer Verpflichtung oder Vertragsbestimmung durch einen Brand Partner zu bestehen, stellt einen Verzicht auf das Recht von Amare dar, die genaue Einhaltung des Vertrags zu verlangen. Ein Verzicht durch Amare kann nur schriftlich durch einen bevollmächtigten Vertreter des Unternehmens erfolgen. Der Verzicht von Amare in Bezug auf eine bestimmte Verletzung durch einen Brand Partner oder der Verzicht von Amare auf eine bestimmte Bestimmung des Vertrags für Unabhängige Brand Partner oder dieser Richtlinien und Verfahren berührt oder beeinträchtigt weder die Rechte von Amare in Bezug auf eine spätere Verletzung noch die Rechte oder Pflichten jeglichen anderen Brand Partners. Jegliche Verzögerung oder Unterlassung seitens Amare bei der Ausübung von Rechten, die sich aus einer Verletzung durch einen Brand Partner ergeben, gilt nicht als fortgesetzter Verzicht und beeinträchtigt auch nicht die Rechte von Amare in Bezug auf diese oder eine spätere Verletzung derselben.
b. Das Vorhandensein von Ansprüchen oder Klagegründen eines Brand Partners gegen Amare stellt keine Verteidigung gegen die Durchsetzung von Bedingungen oder Bestimmungen des Vertrags oder dieser Richtlinien und Verfahren durch Amare dar.
c. Amare könnte Übersetzungen von Marketing-, Verkaufs- und Strategieunterlagen in Fremdsprachen anbieten. Sollte es Unterschiede im Wortlaut, in der Bedeutung oder in der Auslegung zwischen der englischen Fassung und den Übersetzungen geben, so ist die englische Fassung maßgebend und gilt als Standardrichtlinie.
d. Die Richtlinien und Verfahren von Amare unterliegen den für unsere Branche geltenden Gesetzen der Territorien, Provinzen und des Bundes. Diese Gesetze haben Vorrang vor allen in diesem Dokument enthaltenen Bestimmungen.

25.4. Datum des Inkrafttretens

Diese Firmenrichtlinien treten mit Wirkung vom 13. Juni 2024 in Kraft und ersetzen zu diesem Zeitpunkt automatisch alle früheren Richtlinien und Verfahren (die „alten Richtlinien und Verfahren"); die alten Richtlinien und Verfahren verlieren zu diesem Zeitpunkt ihre Gültigkeit und Wirkung, mit Ausnahme der hierin enthaltenen Bestimmungen über das Schiedsverfahren.