



Normen voor digitale communicatie

Amway

Normen voor digitale communicatie

DIGITALE COMMUNICATIE IS DE ELEKTRONISCHE TRANSMISSIE (GEWOONLIJK PER COMPUTER OF MOBIEL APPARAAT) VAN TEKSTGEGEVENS, BEELDEN, VIDEO, SPRAAK EN ANDERE INFORMATIE. DIT OMVAT ONDER MEER ALLE BERICHTEN OF PUBLICATIES DIE IN DE DIGITALE RUIMTE WORDEN VERSPREID, ZOALS E-MAILS, VIDEO'S, LIVE STREAMS, DIGITALE EVENEMENTEN, PODCASTS, BLOGBERICHTEN, MOBIELE TOEPASSINGEN (APPS), ADVERTENTIES, FORA, WEBPAGINA'S, EN VIA ALLE SOCIALE MEDIA OF BERICHTENPLATFORMS, ZOALS FACEBOOK®, YOUTUBE®, INSTAGRAM®, TWITTER®, WECHAT®, VK®, LINE®, LINKEDIN®, WHATSAPP® OF SNAPCHAT® (“DIGITALE COMMUNICATIE”).

NALEVINGSVERPLICHTINGEN

ABO's dienen zich te houden aan de Amway Gedragsregels, normen en beleidsdocumenten, met name het Europese Kaderbeleid voor BSM en deze Normen voor digitale communicatie (NDC). Dit geldt voor alle digitale communicatie met betrekking tot de zakelijke mogelijkheid van Amway, Amway producten of Amway diensten (direct of indirect), of wanneer de digitale communicatie Bedrijf Support Materiaal (BSM) bevat, zoals gedefinieerd in de Regels.

ABO's dienen zich altijd te houden aan alle toepasselijke wetgeving en de gebruiksvoorwaarden van het digitale platform dat ze gebruiken.

ABO's dienen eerlijk, zorgvuldig en niet misleidend te handelen.

Amway kan van een ABO verlangen dat deze op verzoek van Amway zijn digitale communicatie verwijderd, terugroept, intrekt, verwijderd, wijzigt of andere actie onderneemt. Let op, de voorbeelden in dit document zijn slechts voorbeelden en dekken niet alle situaties die al of niet zijn toegestaan.

VERBODEN COMMUNICATIE - SPAM

ABO's mogen nooit spamberichten versturen.

Spam wordt gedefinieerd als digitale communicatie die wordt verzonden naar personen met wie de ABO geen persoonlijke, reeds bestaande relatie heeft in het kader van de Amway business (d.w.z. onderlinge en directe zakelijke interacties tussen de ABO en de betreffende persoon, die plaatsvinden voorafgaand aan de presentatie van de zakelijke mogelijkheid van Amway of Amway producten).

Onder spam vallen ook berichten die worden verzonden naar personen die zich niet hebben aangemeld om deze te ontvangen, of naar personen die zich hiervoor hebben afgemeld, dus die specifiek hebben aangegeven geen berichten meer te willen ontvangen.

'Opt-in' houdt in dat personen zoeken naar digitale berichtgeving en er vrijwillig voor kiezen om deze te volgen, leuk te vinden, erop te reageren, zich te abonneren of op een ander manier aangeven dat ze digitale berichten willen ontvangen.

ONLINE COMMUNITY'S OPBOUWEN

Online communities zijn groepen personen die gebruikmaken van digitale communicatie om over hun interesses en bepaalde onderwerpen te discussiëren.

ABO's kunnen online communities opbouwen om de zakelijke mogelijkheid van Amway te bespreken met behulp van push- of pullcommunicatie.

Door gebruik te maken van de onderstaande vormen van push- en pullcommunicatie kunnen ABO's spam voorkomen. Een ABO mag in geen geval een andere ABO binnen of buiten zijn community (direct of indirect) verzoeken om een sponsorwijziging in de sponsorlijn (LOS) aan te vragen, en mag hem daar niet bij helpen, ertoe proberen aan te zetten of aan te moedigen.

Uw online community opbouwen met behulp van pullcommunicatie

ABO's mogen inhoud plaatsen in een openbare of afgeschermdde omgeving, zodat anderen deze inhoud kunnen vinden en zich kunnen inschrijven (opt-in). Dit wordt pullcommunicatie genoemd.

Bij pullcommunicatie creëert of gebruikt de ABO inhoud op digitale eigendommen waarvan hij de eigenaar of beheerder is. Personen moeten deze zelf opzoeken en er vrijwillig voor kiezen om deze te volgen, leuk te vinden, te reageren of zich te abonneren, of op een andere manier expliciet aangeven dat ze digitale communicatie willen ontvangen, en zich daarom inschrijven. Bij het opbouwen van een community zorgt dit ervoor dat de personen die de inhoud bekijken geen spam ontvangen en er zelf voor hebben gekozen om contact te leggen met een ABO.

Voorbeelden van pullcommunicatie:

- Iemand komt de blog van een ABO over de Amway business tegen en plaatst een reactie. Het is voor de ABO **toegestaan** om te communiceren met deze persoon, omdat de ABO eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom, de persoon de blog zelf heeft gevonden en zich bij deze community heeft aangemeld door een reactie op de blog te plaatsen.
- Een ABO maakt een openbare Facebookpagina aan voor haar Amway business. Dit is **toegestaan** omdat de ABO eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom, en personen lid moeten worden van haar community om de overige berichten te zien.
- Een ABO maakt de hashtag #LifewithAmway aan en iemand vindt de ABO via een zoekopdracht op Instagram. Dit is **toegestaan** omdat de ABO eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom waarop de hashtag is geplaatst. Vervolgens heeft iemand deze gevonden en interesse getoond in de community van de ABO op Instagram. Deze persoon heeft zich dus aangemeld.
- Een ABO tweet over de Artistry Light Up Lip Gloss op haar openbare Twitterprofiel. Iemand zoekt op Twitter, vindt de tweet en vindt deze leuk. De ABO neemt vervolgens contact op met die persoon door naar haar te tweeten. Dit is **toegestaan** omdat die persoon door de tweet leuk te vinden interesse heeft getoond in de community van de ABO, en zich dus heeft aangemeld.
- Een ABO plaatst een link ter promotie van zijn Amway website in de reacties op een openbare YouTubevideo. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO geen eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom (YouTubekanaal) waarop hij de reactie plaatst.

Uw online community opbouwen met behulp van pushcommunicatie

Bij pushcommunicatie neemt de ABO rechtstreeks contact op met personen of 'pusht' inhoud op digitale eigendommen.

Wanneer u een community opbouwt, zijn er twee soorten pushcommunicatie: de ene is wel toegestaan, de andere niet.

Pushcommunicatie - Toegestaan: Een ABO mag digitale inhoud sturen naar personen met wie hij een persoonlijke, reeds bestaande zakelijke relatie heeft. Deze personen maken immers al deel uit van de community van de ABO. Daarnaast mag een ABO digitale berichten sturen naar personen die zich hiervoor hebben aangemeld en interesse hebben getoond om lid te worden van de community van de ABO.

Push - Voorbeelden van wat is toegestaan:

- Een ABO stuurt een privébericht over NUTRILITE™- producten naar een persoon die hem volgt op Instagram. Dit is **toegestaan** omdat deze persoon zich heeft aangemeld door de ABO te volgen op zijn Instagram-community.
- Een ABO plaatst schoonheidstips op haar professionele Facebookpagina. Iemand ziet de publicatie en vindt deze leuk. De ABO stuurt deze persoon een privébericht om de producten te bespreken. Dit is **toegestaan** omdat de persoon zich bij de community heeft aangemeld door het Facebookbericht leuk te vinden.
- Een ABO ontmoet iemand op een liefdadigheidsevenement. Daarna stuurt hij die persoon, zoals afgesproken, een privébericht via WhatsApp over de zakelijke mogelijkheid van Amway. Dit is **toegestaan** omdat de persoon in kwestie de ABO tijdens de bijeenkomst heeft verzocht contact op te nemen over de zakelijke mogelijkheid.
- Een ABO is de enige eigenaar van een Facebookgroep over alles wat met boten te maken heeft en plaatst inhoud over Amway producten om boten mee schoon te maken. Wanneer dit gebeurt volgens de regels van het digitale eigendom van de eigenaar, is dit **toegestaan**.

- In een online groep vraagt iemand om een doorverwijzing door de volgende oproep te plaatsen: “Amway distribu- teur gezocht” Een lid van de groep geeft de naam van een ABO, die naar aanleiding hiervan een privébericht verstuurt. Dit is **toegestaan**, want door om een doorver- wijzing te vragen, heeft deze persoon zich aangemeld en mag de ABO contact opnemen met de betrokkene.

Pushcommunicatie - Niet toegestaan: Een ABO mag geen digitale berichten sturen naar personen met wie hij geen persoonlijke, reeds bestaande concrete en actuele zakelijke relatie heeft, of naar personen die zich niet hebben aangemeld voor het ontvangen van berichten.

Dit wordt beschouwd als spam en is niet toegestaan, omdat deze personen geen deel uitmaken van de community van de ABO.

Push - Voorbeelden van wat niet is toegestaan:

- Een ABO stuurt een bericht naar een persoon die hij in een groepsdiscussieplatform heeft gevonden. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO geen persoonlijke, reeds bestaande relatie met die persoon heeft, en deze persoon zich ook niet heeft aangemeld voor de berichten of de community van de ABO.
- Een ABO die lid is van een grote beroepsorganisatie voor ingenieurs, verkrijgt een lijst met de e-mailadressen van alle leden en nodigt hen per e-mail uit voor een wervingsbijeenkomst. Dit is **niet toegestaan** omdat het lidmaatschap van een beroepsorganisatie en het verkrijgen van een mailinglijst niet geldt als een persoonlijke, reeds bestaande relatie, en niet impliceert dat de betrokkene zicht heeft aangemeld bij de community van de ABO.
- Een ABO stuurt via LinkedIn aan iemand die lid is van een alumni-groep, maar die hij niet kent een privébericht over de zakelijke mogelijkheid van Amway. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO niet de eigenaar of beheerder is van de LinkedIn-groep en geen persoonlijke, reeds bestaande relatie heeft met de betreffende persoon. Deze maakt dus geen deel uit van de community van de ABO.

Inhoud voor een afgeschermd omgeving voor alleen ABO's, met uitzondering van Live Streaming:

ABO's mogen de volgende soorten inhoud plaatsen op of verzenden naar besloten ABO-communities:

- Lijst van beschikbare en geregistreerde/goedgekeurde BSM.
- Informatie ter promotie van georganiseerde ABO- trainingen, met onder meer de data van de evenementen en de ticketprijzen.

Verboden inhoud voor alle omgevingen

ABO's mogen de volgende soorten inhoud niet plaatsen op besloten of openbare community's, of ze daarheen versturen:

- LOS-informatie.
- Vertrouwelijk en/of bedrijfsgevoelig materiaal, waaronder, informatie over producten voordat ze op de markt komen, wijzigingen in het management, fabriekssluitingen, overnames, enz.

Communicatie binnen een community

Zodra iemand zich heeft aangemeld bij een ABO-community, is alle communicatie met die persoon toegestaan. Het maakt niet uit of het om push- of pullberichten gaat, zolang ze maar voldoen aan de regels, beleidsdocumenten en normen.

Echter, bij het opbouwen van ABO-community's moet gebruik worden gemaakt van push- of pullcommunicatie die voldoet aan de onderstaande punten.

DE ZAKELIJKE MOGELIJKHEID VAN AMWAY PRESENTEREN

Een ABO mag de zakelijke mogelijkheid van Amway presenteren aan klanten en potentiële ABO's (en daarbij gebruikmaken van een call-to-action) op de digitale eigendommen waarvan hij de eigenaar of beheerder is, op voorwaarde dat de betreffende personen zich daarvoor hebben aangemeld (pullcommunicatie).

Als alternatief kan een ABO een persoon benaderen met wie hij al een bestaande zakelijke relatie heeft (pushcommunicatie).

Door gebruiker geproduceerde inhoud

ABO's mogen mensen voor de producten en zakelijke mogelijkheid van Amway benaderen en daarvoor door gebruikers gecreëerde inhoud publiceren, zoals video's, audio, afbeeldingen (van producten, personen of andere) en foto's van zichzelf (selfies) met of zonder Amway product, op voorwaarde dat de begeleidende tekst waarheidsgetrouw, correct en niet misleidend is. Echter, door gebruikers gecreëerde inhoud dat enkel Amway handelsmerken bevat (merknamen/logo's) of Amway product-afbeeldingen mogen niet gebruikt worden voor profielfoto's, cover-foto's of een vergelijkbare positie op de inhoud innemen.

Voorbeelden van benadering van prospects:

- Een ABO plaatst een selfie met een Amway product op zijn Instagram-account en voegt er een call-to-action aan toe: "Stuur me een privébericht voor meer informatie over de zakelijke mogelijkheid van Amway". Dit is **toegestaan** omdat de ABO eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom, en omdat de personen die de ABO een bericht sturen zich aanmelden om extra informatie te ontvangen.
- Een ABO retweet een bericht van Amways officiële Twitteraccount over hoe iemand een Amway Business Owner kan worden. In de retweet noemt de ABO de voordelen van het ABO-schap en vraagt haar volgers om contact met haar op te nemen om zich te registreren. Dit is **toegestaan** omdat de personen die ervoor kozen om te reageren, zich aanmelden om extra informatie over de business te ontvangen.
- Een ABO plaatst een video over werving voor zijn Amway business op de blog van een vriend. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO geen eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom en dus hebben de volgers van de blog zich niet aangemeld voor zijn berichten.

VERKOOP/HANDEL

Een ABO mag producten die hij wil verkopen promoten bij klanten en prospects (en daarbij gebruikmaken van een call-to-action) op de digitale eigendommen waarvan hij de eigenaar of beheerder is, op voorwaarde dat de betreffende personen zich hebben aangemeld bij de community van de ABO.

De ABO kan de uiteindelijke verkooptransactie voltooien via

- Persoonlijke verkooppagina's (PVP) aangeboden via de Amway Website.
- Zijn door Amway goedgekeurde website.

De ABO kan de uiteindelijke verkooptransactie altijd offline voltooien.

Prijzen

Een ABO mag op geen van zijn digitale eigendommen prijsinformatie (productprijzen, kortingen) verstrekken, afgezien van - digitale privé-communicatie van persoon tot persoon, bijvoorbeeld middels texting, directe berichten, email - een directe link of post vanaf een officieel Amway digitaal eigendom. De ABO mag prijsinformatie verstrekken op elk digitaal eigendom waar Amway producten worden verkocht, namelijk Zijn/haar eigen Persoonlijke Retail Pagina (PRP). - Zijn/haar door Amway geautoriseerde Online Shop.

Door gebruikers gecreëerde inhoud/Productplaatsing

ABO's mogen verkopen in overeenstemming met deze Normen voor Digitale Communicatie. Daarvoor mogen ze door gebruikers gecreëerde inhoud, zoals video's, audio, afbeeldingen (van producten, personen of andere) en foto's van zichzelf (selfies) met of zonder Amway producten plaatsen, op voorwaarde dat de begeleidende tekst waarheidsgetrouw, correct en niet misleidend is. Echter, door gebruikers gecreëerde inhoud dat enkel Amway handelsmerken bevat (merknamen/logo's) of Amway product-afbeeldingen mogen niet gebruikt worden voor profielfoto's, cover-foto's of een vergelijkbare positie op de inhoud innemen.

ABO's mogen niet-ABO's (belangrijke beïnvloeders, klanten, retailers, etc.) niet gebruiken of machtigen om Amway producten en diensten namens hen te verkopen of aan te prijzen en geen gebruikmaken van misleidende tactieken om hun omzet of de populariteit van hun digitale eigendommen te vergroten.

Verkoopvoorbeelden:

- Een ABO plaatst een call-to-action op de Facebookpagina van het wereldhoofdkantoor van Amway om mensen te stimuleren om van haar te kopen. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO geen eigenaar of beheerder is van de Facebookpagina van het wereldhoofdkantoor van Amway.

- Een ABO maakt gebruik van een YouTubevlogger om Amway producten te verkopen en zijn eigen ABO- business te promoten. De vlogger mag de Amway producten promoten en doorverwijzen naar de ABO, op voorwaarde dat de vlogger geen vergoeding ontvangt voor de promotie en doorverwijzing. Het is de vlogger echter **niet toegestaan** Amway producten te verkopen omdat zij een externe partij is, die namens de ABO optreedt en zelf niet bevoegd is om Amway producten te verkopen.

ANDERE COMMUNITY'S/BEDRIJVEN VERMENGEN EN INZETTEN

Een gemengd digitaal eigendom combineert meerdere persoonlijke belangen of businesses op het persoonlijke digitale eigendom van een ABO.

ABO's mogen hun Amway business combineren met hun andere sociale community's en businesses en deze samen inzetten. Dit betekent dat de ABO op de gemengde digitale eigendommen die hij bezit of beheert, zijn niet-Amway community's en businesses mag inzetten, Amway producten mag verkopen en contacten mag benaderen die via die business of community zijn gelegd.

Dit betekent ook dat de ABO in hetzelfde gemengde digitale eigendom zijn Amway community kan inzetten, niet-Amway producten mag promoten, aanbevelen en verkopen, en contacten mag benaderen die zijn gelegd via die Amway community. Voorwaarde is echter dat de ABO zich nooit eerder op Diamant-niveau heeft gekwalificeerd en geen misbruik maakt* van zijn invloed op de downline businessgroep.

*Misbruik omvat maar is niet beperkt tot het stellen of impliceren dat een ABO alle aanbevolen of gepromote niet-Amway producten moet kopen om een succesvol bedrijf te hebben. Sponsors en upline ABO's mogen downline ABO's niet aanmoedigen, onder druk zetten of verplichten om niet-Amway producten te kopen als voorwaarde voor het ontvangen van ondersteuning of assistentie bij het opbouwen van hun Amway Business.

ABO's mogen Amway producten niet bundelen met niet-Amway producten als onderdeel van een speciale aanbieding of verkoopaanbod. Het gecombineerde digitale eigendom van de ABO's mag niet worden gebruikt voor één enkele commerciële activiteit of voor online verkoop, bijvoorbeeld een digitaal eigendom voor e-commercetransacties.

De ABO mag echter geen officiële digitale eigendommen van Amway of zijn eigen digitale Amway eigendommen gebruiken om ABO's of klanten te benaderen voor een lidmaatschap, diensten of producten in zijn niet-Amway business. Tevens mag de ABO niet zijn non-Amway eigendommen inzetten voor het promoten of verkopen van Amway producten en services of het promoten van de zakelijke mogelijkheid van Amway. Vermengd digitaal eigendom moet voldoen aan de regels van dat eigendom, community of business.

ABO's mogen niet samengaan met de volgende businesses en community's of deze inzetten:

- Producten of concurrerende zakelijke mogelijkheden, van directe-verkoop- of multilevelmarketingbedrijven (MLM).
- Controversiële bedrijven of levensstijlen, bijvoorbeeld porno, tabak, politiek, alternatieve geneeskunde, religie, gokken, investeringsprogramma's, etc.
- Producten of diensten die niet online mogen worden verkocht of waarvoor licenties of verkoopvergunningen nodig zijn, leningen, financiële investeringen, juridische diensten, medische diensten, enz.
- Diensten waaronder mentorschap, lifestyle coaching, huwelijks counseling, spiritueel advies, spreken in het openbaar of ontwikkeling van het ondernemerschap of andere diensten.
- Diensten die voornamelijk worden gebruikt om mensen naar Amway te lokken, maar die andere producten, diensten of interesses aanbieden dan Amway producten of de Zakelijke mogelijkheden van Amway.

Daarnaast mogen ABO's producten combineren en gebruiken, die rechtstreeks concurreren en functioneel uitwisselbaar zijn met producten in het productassortiment van Amway. ABO's mogen die producten echter niet verkopen op of via het gemengde digitale eigendom, en evenmin mogen zij geldelijke compensatie ontvangen in ruil voor de combinatie en het gebruik van dergelijke producten.

Binnen gemengde community's moeten de verkooptransacties van Amway producten losstaan van de transacties met niet-Amway producten. ABO's mogen Amway producten niet bundelen met niet-Amway producten als onderdeel van een speciale aanbieding of verkoopaanbod.

Voorbeelden van vermenging met en het inzetten van andere community's/businesses:

- Een ABO is een enthousiaste wielrenster, die haar persoonlijke, niet-verkoopgerichte digitale eigendom gebruikt om van gedachten te wisselen met andere fietsliefhebbers. Ze gebruikt het digitale eigendom ook om een gezonde levensstijl door het gebruik van NUTRILITE™ producten te promoten en om fietsaccessoires te verkopen. Dit is **toegestaan** omdat de ABO eigenaar en beheerder is van het digitale eigendom, omdat dit niet alleen bestaat voor de online verkoop en omdat iedereen die de inhoud zou bekijken zich zal hebben aangemeld.
- Een ABO post haar vijf favoriete lippenstiften op haar blog, waaronder één van ARTISTRY™. Dit is **toegestaan** omdat het digitale eigendom van en beheert wordt door de ABO en ze producten mag vermengen met concurrerende producten, zolang ze ze niet via dit digitale eigendom verkoopt of geld ontvangt van anderen om over de concurrerende producten te posten.
- Een ABO plaatst informatie over zijn business op de Instagram-account van zijn restaurant. Dit is **niet toegestaan** omdat het digitale eigendom uitsluitend wordt gebruikt voor één commercieel bedrijf, namelijk het restaurant.
- Een ABO is een muzikante die een website heeft om haar muziek te promoten en te verkopen. De ABO gebruikt haar specifieke Amway bedrijfspagina op Facebook om in een livestream informatie te geven over haar aanstaande tourdata en moedigt ABO's aan om tickets te kopen. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO haar specifieke digitale eigendom van Amway gebruikt om prospects te verzoeken om tickets te kopen voor haar activiteiten die geen verband hebben met Amway en haar verkoopactiviteiten.
- Een ABO creëert een website voor de promotie van een lifestyle coachingbedrijf. Iemand vindt de website en spreekt af met de ABO, maar ontdekt dan dat de website enkel door de ABO gebruikt wordt in plaats daarvan nieuwe Amway Business Owners te werven. Dit is **niet toegestaan** omdat de onderneming een 'nepbedrijf' is en de verstrekte informatie misleidend was.

ADVERTENTIES EN PROMOTIE

ABO's mogen adverteren in de vorm van niet-betaalde bedrijfsvermeldingen in zoekmachines, inclusief het gebruik van een call-to-action, met behulp van één van de volgende door Amway goedgekeurde sjablonen (lokalisieren per markt).

Voor alle andere formaten is voorafgaande toestemming van Amway vereist. Dit is onder meer om correct gebruik van de intellectuele eigendom van Amway te garanderen en verwarring tussen merken te voorkomen.

Advertentievoorbeelden:

- Een ABO maakt een bedrijfsvermelding in Google aan om met zijn Amway business te adverteren. Dit is **toegestaan** omdat het een niet-betaalde bedrijfsvermelding op een zoekmachinesite is. Hiervoor moet wel een door Amway goedgekeurd sjabloon worden gebruikt.
- Een ABO creëert een gesponsorde advertentie voor ARTISTRY™ Supreme LX™ Regenerating Cream op Facebook. Dit is **niet toegestaan** omdat dit verwarring met Amway zou kunnen geven.

VIDEO, AUDIO EN LIVESTREAMS

Binnen de digitale communicatie is voor video, audio en livestreams (met inbegrip van video en/of audio ["livestreams"]) in het algemeen geen voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway vereist, mits dit gebeurt op eigendommen waarvan de ABO eigenaar of beheerder is.

ABO's hebben altijd de mogelijkheid om video's en audiobestanden aan Amway voor te leggen voor advies en beoordeling voordat ze worden geplaatst, [zie het punt Voorleggen ter goedkeuring aan het einde van dit document].

De inhoud moet voldoen aan de regels, normen en beleidsdocumenten van Amway.

Video, audio en livestreams mogen niet het volgende bevatten:

- Inhoud gecreëerd door leveranciers van BSM en organisaties voor ABO-ondersteuning.
- LOS-informatie.

- Niet-goedgekeurde claims.
- Lijst van beschikbare BSM en prijzen.
- Vertrouwelijk en/of bedrijfsgevoelig materiaal over Amway, zoals over producten voordat ze op de markt komen, wijzigingen in het management, fabriekssluitingen, overnames, enz.
- Al het andere materiaal dat in strijd is met de regels, normen en beleidsdocumenten.

Live streaming, mits niet opgeslagen, mag het volgende bevatten:

- Informatie over het Amway Core-programma, inclusief hoe het gebruikt kan worden om middels Amway geld, bonus en kwalificaties te verdienen.
- Toegestane BSM voor prospects.
- ABO Training Organisatie promotionele informatie, data van evenementen en ticketprijzen.

Er is echter voorafgaande schriftelijke toestemming vereist voor video- en audiomateriaal, inclusief opgeslagen/ vastgelegde livestreams, dat beschikbaar wordt gesteld voor distributie, verkoop of gebruik tijdens offline bijeenkomsten.

Daarnaast dient de ABO voor video, audio en opgeslagen/ vastgelegde livestreams die de volgende items bevatten, ook vooraf schriftelijke toestemming van Amway verkrijgen:

- Plan: Informatie over het Amway Sales & Marketing Plan, waarin onder meer wordt beschreven hoe het mogelijk is om met Amway geld, inkomsten, kwalificaties, awards en bonussen te verdienen, om te gebruiken voor prospects of om ABO's te leren hoe ze het Plan kunnen presenteren.
- Productclaims: Inhoud die afwijkt van goedgekeurde Amway productclaims.
- Werving: Inhoud met betrekking tot het aanleren van wervings- en sponsoringstechnieken.
- Weergave van inkomsten.
- Intellectueel eigendom (IP) van derden, waaronder, muziek, tekens, logo's, grafieken en afbeeldingen (hiervoor is ook toestemming van de betreffende derde vereist).

WEBSITES, MOBIELE APPS, PODCASTS EN BLOGS

ABO's moeten websites, mobiele apps, podcasts en blogconcepten vooraf laten beoordelen en goedkeuren door Amway. URL's mogen niet bedrieglijk of misleidend zijn of in strijd met de Amway Gedragsregels (bijvoorbeeld Ezmoney.com, Retirenow@EU.com, Nosellingrequired.com).

Websites van ABO's

Als een ABO besluit een website te maken om de Amway business te ondersteunen, moet hij zich niet alleen houden aan de Amway Gedragsregels, maar ook aan deze Normen voor Digitale Communicatie.

Websites van ABO's zijn allemaal websites die worden gebouwd ter ondersteuning en ontwikkeling van hun Amway business, ongeacht wie de website bouwt of host.

Alle websites dienen vóór publicatie aan Amway te worden voorgelegd ter beoordeling en goedkeuring.

Dit geldt ook voor wijzigingen die worden aangebracht op een goedgekeurde website.

Amway behoudt zich het recht voor alle ABO-websites te controleren op correcte en goedgekeurde inhoud, en passende maatregelen te nemen tegen ABO's waarvan de site niet voldoet aan de richtlijnen die in dit document worden vermeld, of aan andere toepasselijke voorschriften. De beoordeling en goedkeuring door Amway is afhankelijk van de naleving van de Amway Gedragsregels, beleidsdocumenten en normen.

De goedkeuring door Amway van de website en eventuele wijzigingen daarvan zal niet zonder goede reden worden geweigerd.

ABO's zijn verantwoordelijk voor de naleving van alle toepasselijke wet- en regelgeving met betrekking tot hun websites.

De beoordeling en goedkeuring van ABO-websites door Amway beperkt zich tot bepaalde aspecten van de inhoud, in het bijzonder met betrekking tot de Amway Gedragsregels, beleidsdocumenten en normen en de bijbehorende documenten. Ze zijn echter niet bedoeld om de naleving van alle wet- en regelgeving die van toepassing is op de website te controleren - dat zou ook niet mogelijk zijn - en ontslaan de ABO derhalve niet van zijn eigen verantwoordelijkheid.

Producten, diensten of zakelijke mogelijkheden die niet tot de business behoren: Producten of diensten die niet door Amway worden aangeboden, mogen niet worden aangeboden, gepresenteerd of verkocht op ABO-websites. Niet direct en ook niet indirect via een reclamebanner, link of frame.

Informatie over klanten, downline en sitegebruikers: ABO's moeten een passende privacyverklaring op hun websites plaatsen in overeenstemming met het Privacybeleid van Amway en de toepasselijke wet- en regelgeving; dit kan betekenen dat ABO's juridisch advies moeten inwinnen om ervoor te zorgen dat hun privacybeleid in overeenstemming is met de toepasselijke wetgeving.

Een website mag van bezoekers uitsluitend verlangen dat ze persoonsgegevens verstrekken voor zover dat nodig is om bezoekers de mogelijkheid te bieden een e-mail naar de websitebeheerders te sturen.

Wanneer ABO-websites bezoekers de mogelijkheid bieden om de site-eigenaren te e-mailen, moet op de website duidelijk worden vermeld dat door het gebruik van deze e-mailfunctie de ABO automatisch het e-mailadres van de bezoeker ontvangt en dat dit adres alleen zal worden gebruikt om te reageren op vragen van de gebruiker en zonder toestemming van de gebruiker voor geen enkel ander doel zal worden gebruikt.

Toepasselijk recht en jurisdictie: ABO's moeten duidelijk vermelden welk recht en jurisdictie van toepassing is op hun websites en op de transacties die zij in het kader van die websites verrichten.

Een impressum (verplichte wettelijk vereiste informatie over de eigenaar van de website) moet aan de zijkant worden opgenomen en moet gemakkelijk te vinden zijn door een klant.

Updaten van de website: Alle ABO-websites moeten regelmatig, of wanneer de omstandigheden dit vereisen, worden bijgewerkt en moeten een verklaring bevatten waarin wordt vermeld wanneer de website voor het laatst is bijgewerkt. Eventuele wijzigingen dienen vóór publicatie ter controle en goedkeuring aan Amway te worden toegezonden.

Bijzondere kwaliteitsbepalingen voor websites van ABO's

De kwaliteitsnormen van Amway dienen om een professioneel en adequaat aanbod van Amway producten te waarborgen en de geloofwaardigheid van het merk Amway en haar productmerken te versterken.

Om te zorgen voor consistentie met de kwaliteitsnormen die Amway op officiële Amway websites vermeldt voor de presentatie en verkoop van Amway producten, moet aan onderstaande kwaliteitsbepalingen worden voldaan, wanneer ABO's besluiten een website te maken met betrekking tot Amway, de zakelijke mogelijkheid van Amway en Amway producten en -diensten.

Deze bepalingen weerspiegelen de kwaliteitsnormen die Amway heeft opgesteld voor het creëren van een officiële Amway website.

1. Persoonlijke informatie over een ABO moet betrekking hebben op zijn Amway Business en zijn persoonlijke prestaties in de Amway Business.
2. Foto's van personen en eventuele video- of audioberichten moeten zakelijk ogen en betrekking hebben op de Amway Business.
3. Creëer een duidelijke en overzichtelijke internetpresentatie; met een professionele en passende lay-out, stijl en uitstraling, vergelijkbaar met de professionele stijl van de officiële Amway websites.
4. "Kwaliteitsnormen voor het presenteren van de zakelijke mogelijkheid van Amway" - Hiervoor gelden de volgende criteria:
 - Informatie over Amway en de zakelijke mogelijkheid van Amway moet waarheidsgetrouw en correct zijn, gebaseerd op actuele feiten.
 - Achtergrondinformatie en statistische gegevens over economische trends en het algemene ondernemingsklimaat, evenals toekomstprognoses moeten identificeerbaar zijn met zorgvuldige bronvermelding.

- Websites met informatie over de zakelijke mogelijkheid moeten met een wachtwoord worden beveiligd.
5. “Kwaliteitsnormen voor het openbare aanbod van Amway producten” - Hiervoor gelden de volgende criteria:
- Om onjuiste, misleidende of ongepaste claims over Amway producten of andere overtredingen van toepasselijke wetgeving te voorkomen, mogen ABO’s
 - (a) uitsluitend officiële afbeeldingen van Amway producten gebruiken, waarvoor Amway voor dit specifieke gebruik een licentie heeft verleend, of afbeeldingen die qua stijl en kwaliteit vergelijkbaar zijn;
 - (b) productclaims en verklaringen gebruiken die in de huidige Amway literatuur worden vermeld of op officiële Amway websites bedoeld voor gebruik voor klanten in de betreffende markt. **Alle afbeeldingen van door Amway gedistribueerde producten die op de site staan, moeten uitdrukkelijk door Amway worden goedgekeurd en onder licentie worden verstrekt.**
 - Alle vereiste en toepasselijke handelsmerk- en copyrightaanduidingen moeten duidelijk zichtbaar zijn op de site.
 - Voldoen aan alle wettelijke eisen, zoals in onderstaande voorbeelden.
 - Voorafgaand aan een verkoop via internet op een duidelijke en laagdrempelige manier specifieke en accurate informatie verstrekken aan klanten. Dit kan (bijvoorbeeld) het volgende omvatten:
 - (a) Alle informatie moet worden verstrekt in de taal van de doelmarkt(en) van de website
 - (b) de identiteit van de ABO als leverancier van de producten, evenals het vestigingsadres en waar een klant terecht kan met eventuele klachten;
 - (c) een beschrijving van de goederen/diensten die te koop worden aangeboden op de ABO- website;
 - (d) de prijs van de goederen of diensten inclusief alle belastingen (bijvoorbeeld btw);
 - (e) eventuele leveringskosten en wijze van levering;
 - (f) een beschrijving van de wijze van betaling;
 - (g) de mededeling dat de klant zich na de aankoop binnen twee weken mag bedenken zonder boete en in sommige gevallen alleen de kosten voor retourzending van de artikelen aan de verkoper hoeft te betalen (“het herroepingsrecht”);
 - (h) informatie over de wijze waarop gebruik kan worden gemaakt van het herroepingsrecht;
 - (i) informatie over eventuele service en garanties na de verkoop.

In de nationale regelgeving die de regels van de EU- richtlijn inzake verkoop op afstand of soortgelijke nationale wetgeving uitvoert, kan tot op zekere hoogte worden aangepast welke informatie er precies moet worden verstrekt aan de klanten.

ABO’s dienen altijd lokaal juridisch advies in te winnen om er zeker van te zijn dat hun websites alle informatie bevatten die volgens des nationale wetgeving is vereist.

- Kwaliteit zoals gedefinieerd in algemene kwaliteitsnormen, bijv oorbeeld:
 - (a) Basisniveau van bruikbaarheid, met betrekking tot een duidelijke visuele hiërarchie, gemakkelijk te onderscheiden kopniveaus, overzichtelijke en consistente navigatie.
 - (b) Gepast taalgebruik.
 - (c) Prestaties, structuur en lay-out van de website.
 - (d) Toegankelijkheid voor gebruikers.
 - (e) Toegankelijkheid voor apparaten - wordt de site redelijk goed weergegeven in verschillende browsers, op afdrucken of op mobiele apparaten.
 - (f) Gebruik een beveiligd winkelsysteem om de veiligheid van gegevensoverdracht en betalingen te garanderen.

6. Verdere passende inhoud:

- Online formulieren en online verwerking van bestellingen in overeenstemming met de toepasselijke nationale wet- en regelgeving, die kopers in staat stellen om eventuele fouten te signaleren en corrigeren, hun bestelling te wijzigen, bewust en goed geïnformeerd in te stemmen met de aankoop, en een volledige en nauwkeurig registratie van hun aankoop te verkrijgen.
- Gebruiksvriendelijke, veilige betaalmechanismen en informatie over het beveiligingsniveau dat dergelijke mechanismen bieden, allemaal in overeenstemming met de toepasselijke wet- en regelgeving op het gebied van gegevensbescherming.

DIGITALE EVENEMENTEN

ABO's mogen digitale of virtuele evenementen hosten die verband houden met de activiteiten van de ABO, op voorwaarde dat de ABO zich houdt aan de regels, normen en beleidsdocumenten en het digitale evenement plaatsvindt op eigendommen waarvan de ABO eigenaar of beheerder is. Digitale evenementen worden gedefinieerd als evenementen die gedurende een bepaalde periode in een virtuele omgeving worden gehouden, met een gemeenschappelijk thema en een specifieke groep of community ("Digitale evenementen").

Digitale evenementen op eigendommen waarvan ABO's geen eigenaar of beheerder zijn, zijn toegestaan met voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway en toestemming van de host van het evenement.

Alle digitale evenementen moeten aan de volgende vereisten voldoen:

- Als er producten worden verkocht, moeten deze aansluiten bij het thema van het evenement.
- Eventuele onlineverkoop tijdens het evenement moet verlopen via de PRW van de ABO of de officiële Amway Website. De verkoop mag ook offline plaatsvinden.
- Amway dient alle materialen die tijdens het evenement worden gebruikt of anderszins ter beschikking worden gesteld vooraf goed te keuren.
- Lijsten van beschikbare en geregistreerde/ goedgekeurde BSM en informatie ter promotie van georganiseerde ABO-trainingen, tickets en evenementen is alleen toegestaan in communities die exclusief voor ABO's zijn. Indien er informatie uit het Amway Sales & Marketing Plan wordt verstrekt in een niet-ABO community, dient deze ter goedkeuring aan Amway te worden voorgelegd.
- Inhoud van een externe partij mag niet worden gebruikt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van die partij en van Amway.

Voorbeelden van digitale evenementen:

- Een ABO creëert een virtuele ARTISTRY™- party op Facebook. Dit is **toegestaan** omdat het op een eigendom gebeurt waarvan de ABO eigenaar of beheerder is.
- Een ABO creëert een uitnodiging voor een openbaar Facebookevenement om zijn aankomende Amway kookevenement te promoten. Dit is **toegestaan** omdat de ABO eigenaar of beheerder is van het digitale eigendom.
- Een ABO wordt uitgenodigd voor een interview op een podcast om haar ervaring met de Amway business en Amway producten te bespreken. Dit is pas **toegestaan** na voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway, omdat dit niet op een eigendom gebeurt waarvan de ABO eigenaar of beheerder is.
- Een ABO sluit zich aan bij een virtuele beautyparty op Facebook in de openbare groep van een vriendin om zijn/haar Amway business te promoten. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO vooraf geen schriftelijke toestemming van Amway of van de gastvrouw heeft verkregen, omdat het evenement plaatsvindt op een eigendom waarvan de ABO geen eigenaar of beheerder is.

CLAIMS OVER AMWAY

Claims over het Amway Plan, de zakelijke mogelijkheid, producten of diensten aangeboden via of door Amway moeten waarheidsgetrouw, juist en niet misleidend zijn en voldoen aan de nationale reclamewetgeving.

De formulering van claims met betrekking tot Amway producten en diensten moet specifiek door Amway zijn goedgekeurd en mag niet worden gewijzigd.

Inkomsten en levensstijl

Alle directe en indirecte voorstellingen van inkomsten moeten zonder overdrijven, realistische mogelijke inkomsten en verwachtingen ten aanzien van de levensstijl bieden. Wanneer er aan de hand van inkomsten, levensstijl en Planmaterialen wordt getoond hoe er geld wordt verdiend in de Amway business, kunnen passende toelichtingen vereist zijn.

Voorbeeld van Inkomsten en levensstijl:

Een ABO post een foto van een cheque met Amway- verdiensten en vertelt daarbij dat hij één van zijn doelen voor dit jaar heeft bereikt en dat hij erkenning heeft gekregen voor zijn harde werk.

Dit is toegestaan omdat een ABO zijn eigen ervaringen mag posten, mits de statements waar, accuraat en niet misleidend zijn.

Goedkeuringen en testimonials

Goedkeuringen en testimonials moeten de eerlijke mening, overtuiging, of ervaring van de persoon in kwestie weergeven.

Een goedkeuring of testimonial mag niet worden gebruikt om een claim te formuleren die Amway wettelijk niet mag uiten.

ABO's mogen geen enkele vorm van compensatie bieden in ruil voor een goedkeuring, testimonial of positieve beoordeling, met uitzondering van het verstrekken van productmonsters.

ABO's mogen geen enkele vorm van beloning bieden voor de aankoop van volgers of 'vind-ik-leuks'.

Als er een materiële connectie bestaat tussen de persoon die de goedkeuring of testimonial verstrekt en Amway, en die materiële connectie niet bekend is bij of verwacht wordt door het publiek, moet die connectie bekendgemaakt worden. Een materiële connectie kan bijvoorbeeld inhouden dat de persoon een gratis product heeft ontvangen in ruil voor het geven van de goedkeuring of testimonial, of dat de persoon die de goedkeuring of testimonial geeft een ABO is.

Toelichtingen moeten duidelijk, opvallend, nadrukkelijk aanwezig en leesbaar zijn, en dicht bij de claim staan.

Voorbeelden van goedkeuringen en testimonials:

- Een ABO retweet de testimonial van een klant over hoe goed zijn haar eruitziet na het gebruik van een gratis monster van Satinique™ shampoo. Dit is **toegestaan** omdat de toelichting over het gratis product in de tweet is opgenomen, en de klant geen verdere beloning heeft ontvangen.
- Een ABO biedt een vlogger twee dozen SA8™ aan in ruil voor positieve recensies op haar vlog. Dit is **niet toegestaan** omdat de hoeveelheid product geen monster is.

Voor-en-na-afbeeldingen en -video's

Voor-en-na-afbeeldingen en -video's zijn een vorm van testimonial, ongeacht of op deze afbeeldingen of video's de ABO of iemand anders te zien is. Een testimonial mag geen claim bevatten die Amway wettelijk niet mag doen.

ABO's dienen vooraf schriftelijke toestemming van Amway te verkrijgen voor het maken van voor-en-na-afbeeldingen of -video's met Amway producten of het gebruik daarvan. Voor de volgende voor-en-na-afbeeldingen of -video's is echter geen voorafgaande schriftelijke toestemming vereist:

- Door Amway aangeleverde voor-en-na-afbeeldingen of video's, inclusief eventuele alle vereiste toelichtingen.
- Aanwending van decoratieve cosmeticaproducten (make-up, exclusief huidverzorgingsproducten) van Amway.

- De afbeelding of video mag geen bijschrift, tekst of audio bevatten die de reikwijdte van een door Amway geformuleerde claim voor het product overstijgt.
- De afbeelding of video mag geen producten van derden bevatten, weergeven of vermelden.

Als er een materiële connectie bestaat tussen de persoon die de goedkeuring of testimonial verstrekt en Amway, en die materiële connectie niet bekend is bij of verwacht wordt door het publiek, moet die connectie bekendgemaakt worden. Toelichtingen moeten duidelijk, opvallend, nadrukkelijk aanwezig en leesbaar zijn, en dicht bij de claim staan.

Productdemonstraties

Productdemonstraties zijn presentaties van Amway producten waarin wordt getoond hoe het product wordt gebruikt, hoe het werkt en wat voor resultaat ermee kan worden verkregen.

ABO's dienen vooraf schriftelijke toestemming van Amway te verkrijgen voor productdemonstraties met Amway producten. Voor de volgende productdemonstraties is echter geen voorafgaande schriftelijke toestemming vereist:

- Demonstraties waarin de door Amway gepubliceerde instructies strikt worden opgevolgd.
- Door Amway verstrekte productdemonstraties.
- Demonstraties waarin iemand zichzelf opmaakt met decoratieve cosmeticaproducten (make-up, exclusief huidverzorgingsproducten) van Amway.
- Demonstraties waarin ABO's kookgerei van Amway gebruiken in overeenstemming met het beoogde gebruik (d.w.z. voor het bereiden en koken van voedsel).

De productdemonstratie mag geen bijschrift, tekst of audio bevatten die de reikwijdte van een door Amway geformuleerde claim voor het product overstijgt. Productdemonstraties mogen geen producten van derden bevatten, weergeven of vermelden.

INTELLECTUELE EIGENDOM

Een intellectuele eigendom is een creatie waarop rechten berusten, en waarvoor men een octrooi, auteursrecht, handelsmerk, etc. kan aanvragen. ABO's mogen alleen gebruikmaken van intellectuele eigendommen, in bezit van Amway of iemand anders, waarvoor ze de gebruiksrechten hebben verkregen.

De intellectuele eigendom kan betrekking hebben op muziek, afbeeldingen, audio, video, tekst, handelsmerken, logo's of andere werken.

Auteursrechtelijk beschermd materiaal

Auteursrechtelijk beschermd materiaal omvat, onder meer, muziek, boeken, tijdschriften, artikelen en andere schriftelijke uitingen, zoals uittreksels en vertalingen, toespraken, foto's, illustraties, waaronder online beelden, websites, blogs en andere publicaties op sociale media, video's, films, toneelstukken, beeldhouwwerken, gebouwen en 3D-vormen, en computersoftware.

Gebruik van materialen gemaakt door Amway

Een ABO mag geen auteursrechtelijk beschermd materiaal gebruiken dat door Amway is geproduceerd zonder eerst toestemming te hebben verkregen, tenzij de ABO dit materiaal heeft verkregen van goedgekeurde bronnen zoals gespecificeerd door Amway (zie www.amway.nl, www.amway.be). Een uitzondering hierop zou de plaatsing zijn van materialen die wel zijn goedgekeurd voor gebruik door ABO's (waaronder door Amway geproduceerde inhoud die is gepubliceerd op digitale eigendommen van Amway) bij het creëren van 'stories' op digitale eigendommen van de ABO. Het is ABO's toegestaan om stickers (exclusief muziekstickers), tekst, GIF's, enz. toe te voegen, zolang ze de integriteit van de originele componenten behouden. ABO's hoeven geen toestemming te verkrijgen voor het delen of linken van officiële digitale eigendommen van Amway.

Voorbeelden van gebruik van materialen gemaakt door Amway:

- Een ABO deelt een afbeelding van Amways officiële Facebookpagina om het merk L.O.C.™ op zijn pagina te promoten. Het is voor hem **toegestaan** om deze publicatie te delen omdat hij geen toestemming hoeft te verkrijgen voor het delen van officiële digitale eigendommen van Amway.

- Een ABO klikt met de rechtermuisknop en slaat een afbeelding op uit de productsectie van Amway.com en plaatst deze op haar Twitterprofiel. Dit is **niet toegestaan** omdat de rechten op de afbeelding wellicht alleen gelden voor de bedrijfswebsite (bijvoorbeeld modellenfoto's op de website) en niet voor gebruik door ABO's. Bovendien kan de kwaliteit van de afbeelding afnemen. De ABO dient een afbeelding te verkrijgen van een goedgekeurde bron van Amway om er zeker van te zijn hij een goedgekeurde afbeelding van hoge kwaliteit gebruikt.
- Een ABO verkrijgt een Artistry-afbeelding uit een officiële bron van Amway. Ze voegt stickers en haar eigen tekst toe aan de afbeelding om het merk Artistry naast haar eigen Amway business te promoten, en plaatst dit op haar Instagram Story. Op deze manier blijven het aanzien en de inhoud van de oorspronkelijke afbeelding behouden, en daarmee ook de integriteit van de oorspronkelijke component. Dit is **toegestaan** omdat ABO's hulpmiddelen van Amway zonder voorafgaande toestemming mogen bewerken of verbeteren, wanneer ze 'stories' creëren op digitale eigendommen waarvan zij eigenaar zijn.

Gebruik van materialen gemaakt door derden

Een ABO mag geen auteursrechtelijk beschermd materiaal van derden gebruiken zonder eerst een correcte schriftelijke toewijzing, licentie of andere toestemming te hebben verkregen van de eigenaar van het auteursrecht, tenzij het gebruik anderszins is toegestaan door de toepasselijke wetgeving. ABO's dienen alle schriftelijke toestemmingen die ze hebben verkregen voor het gebruik van auteursrechtelijk beschermd materiaal te bewaren en op verzoek aan Amway te verstrekken.

ABO's moeten in hun digitale communicatie alle wetten op het auteursrecht naleven.

Het is toegestaan om een link te delen of een linkknop te plaatsen naar een artikel, blogpost of bericht op sociale media dat is geschreven door een derde partij, op voorwaarde dat bij de geplaatste link geen verwijzingen staan naar Amway producten of de zakelijke mogelijkheid van Amway.

Bovendien mogen reacties op de geplaatste link geen verwijzingen bevatten naar Amway producten of de zakelijke mogelijkheid van Amway.

Voorbeelden van gebruik van materialen gemaakt door derden:

- Een ABO leest op internet een artikel van USA Today over een mogelijk verband tussen visolie en de vermindering van het risico op hartaandoeningen. De ABO deelt het artikel op zijn Facebookaccount met de volgende tekst: "Heel interessant artikel over het mogelijke verband tussen visolie en hartaandoeningen." Dit is **toegestaan** omdat de opmerkingen van de ABO geen verwijzingen naar Amway producten bevatten.
- Forbes® plaatst op haar officiële Facebookpagina een link naar een artikel op haar website. Een ABO deelt het artikel met haar volgers op Facebook. Als de oorspronkelijke publicatie van Forbes de mogelijkheid bood om te delen, zal Amway de ABO niet verbieden om die publicatie te delen. Dit is **toegestaan** zolang eventuele opmerkingen van de ABO in overeenstemming zijn met andere onderdelen van deze Normen voor Digitale Communicatie. De inhoud mag bijvoorbeeld niet suggereren dat Forbes reclame maakt voor of op enigerlei wijze verbonden is met de ABO of Amway.
- Een ABO deelt een artikel van een externe partij waarin Amway producten worden vermeld op zijn Twitteraccount en plaatst de volgende opmerking: "Bekijk dit artikel." Dit is **toegestaan** omdat de opmerking van de ABO geen verwijzingen naar Amway producten bevat.
- Een ABO abonneert zich in op Forbes magazine, ziet er een artikel in waarin de zakelijke mogelijkheid van Amway wordt besproken en deelt foto's van de omslag en pagina's van het artikel op Instagram. Dit is **niet toegestaan**, tenzij de ABO vooraf schriftelijke toestemming heeft verkregen van Forbes.
- Een ABO ziet een video op YouTube die door een andere ABO is gemaakt. De ABO downloadt de video en uploadt deze naar Facebook en deelt deze met al haar volgers. Dit is **niet toegestaan**, tenzij de ABO schriftelijke toestemming heeft gekregen van de oorspronkelijke eigenaar.
- De ABO deelt een online artikel van de New York Times® op haar Facebookaccount met de volgende tekst: "Heel interessant artikel over het mogelijke verband tussen vitamine D en depressie. Neem contact met mij op als u meer informatie wilt over het nieuwe NUTRILITE™ Vitamine D supplement!" Dit is **niet toegestaan** omdat dit bericht een verwijzing bevat naar een Amway product en impliciet claimt dat NUTRILITE Vitamine D supplement het risico op depressie vermindert of kan verminderen. Amway heeft geen onderbouwing voor een dergelijke claim.
- Een ABO kopieert een afbeelding van de omslag van een bestsellerboek uit Google-afbeeldingen en plaatst deze op een socialemedia-site. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO de rechten voor deze afbeelding niet bezit.

Muziek

Muziek die via het internet wordt gereproduceerd, gewijzigd, afgespeeld, uitgevoerd, opgenomen, uitgezonden of gestreamd, mag niet worden gebruikt zonder de juiste schriftelijke toewijzing, licentie of andere toestemming van de eigenaar of door toepasselijke wetgeving die het gebruik toestaat.

BIJ HET GEBRUIK VAN OPGENOMEN MUZIEK IS VAAK MEER DAN ÉÉN LICENTIE VEREIST.

Eventueel verkregen schriftelijke toestemming moet door de ABO worden bewaard en op verzoek aan Amway worden verstrekt.

Muziekvoorbeelden:

- Een ABO neemt een 20 seconden durende demonstratie op over het opmaken met make-upproducten van ARTISTRY™. Voordat ze deze op Facebook plaatst voegt ze 20 seconden van een populair nummer toe als achtergrondmuziek. Tenzij de ABO de juiste licentie(s) voor die track heeft verkregen, is deze publicatie **niet toegestaan**.
- Een ABO maakt een video van 30 seconden van een live muziekoptreden op een Amway evenement en plaatst deze op Facebook. Tenzij de evenementcoördinatoren dit uitdrukkelijk hebben goedgekeurd, of de ABO zelfstandig de rechten verkrijgt om het optreden op die manier te gebruiken, is dit **niet toegestaan**.

Publiciteitsrechten

Het 'publiciteitsrecht' van een persoon is het recht van die persoon om de controle te behouden over het commerciële gebruik van zijn of haar gelijkenis, met inbegrip van zijn of haar naam, beeltenis, stem of andere aspecten van zijn of haar identiteit, en hiervan te profiteren.

Van ABO's wordt verwacht dat ze de publiciteitsrechten van anderen respecteren, in hun digitale communicatie de toepasselijke wetgeving naleven en gehoor geven aan verzoeken van individuele personen om hun beeltenis niet meer te gebruiken.

ABO's mogen de publiciteitsrechten van anderen niet gebruiken om hun eigen business te promoten zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van die persoon. Amway verbiedt ABO's om inhoud te plaatsen die de gelijkenis van een ander bevat of waarin duidelijk een derde voorkomt, tenzij de ABO schriftelijke toestemming heeft verkregen van de perso(o)n(en) die in de inhoud voorkomt/voorkomen, of Amway die inhoud anderszins heeft goedgekeurd.

Voorbeelden van publiciteitsrechten:

- Een ABO is op het strand, en neemt een selfie waarop hij een blikje XS™ Power Drink vasthoudt. Op de achtergrond is een groep mensen te zien, maar de camera is gericht op de ABO en aspecten van de identiteit van de personen op de achtergrond zijn niet eenvoudig te achterhalen. De ABO publiceert deze foto met het bijschrift "Heerlijke dag op het strand met energie van XS™! Zie link in bio voor meer informatie over de verkrijgbaarheid van XS- producten! Dit is **toegestaan**, maar Amway verwacht van de ABO dat hij de publicatie zal verwijderen als er mensen herkenbaar zijn op de foto en om verwijdering van het bericht verzoeken.
- Een ABO neemt een selfie waarop een bekende schrijver, die betaald is om tijdens een Amway evenement te spreken en boeken te signeren, op de achtergrond wordt uitgelicht. Dit is **toegestaan** op voorwaarde dat het volgens de richtlijnen voor het evenement is **toegestaan** om deze auteur op het evenement te fotograferen. Indien **toegestaan**, mag de ABO niet impliceren dat de schrijver verbonden is aan Amway of Amway aanbeveelt.
- Een ABO retweet een foto van een beroemde snowboarder die een XS Power Drink drinkt met het bijschrift "Kijk eens! Topsporters zweren bij het merk XS™!" Dit is **niet toegestaan** tenzij de ABO schriftelijke toestemming heeft gekregen van de snowboarder.
- Een ABO is op het strand en neemt een selfie waarop hij een blikje XS Power Drink vasthoudt. Twee willekeurige personen fotobommen de selfie van de ABO en steken allebei een duim op. De ABO publiceert deze foto met het bijschrift "Heerlijke dag op het strand! Iedereen is gek op XS™ Power Drinks! Zie link in bio voor meer informatie over de verkrijgbaarheid van XS™ producten!" Tenzij deze twee personen de ABO toestemming hebben gegeven, is dit **niet toegestaan**, want er wordt de indruk gewekt dat deze personen XS-producten promoten.

Gebruik van handelsmerk

Het is ABO niet toegestaan handelsmerken van Amway of Alticor Inc (Alticor) te kopiëren, distribueren of op enige andere wijze te gebruiken zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway.

Merken, logo's, productfoto's en bedrijfsgerelateerde afbeeldingen die eigendom zijn van Amway of Alticor mogen alleen worden verkregen uit goedgekeurde bronnen, zoals gespecificeerd door Amway.

Het is ABO's niet toegestaan handelsmerken van derden te kopiëren, distribueren of op enige andere wijze te gebruiken zonder correcte schriftelijke toewijzing, licentie of andere toestemming van de eigenaar van het handelsmerk.

Handelsmerken van Amway

De handelsmerken van Amway - waaronder Amway™, NUTRILITE™, ARTISTRY™, XS™ en andere merken, logo's of namen die Amway momenteel gebruikt of in de toekomst zal gebruiken - zijn van grote waarde voor Amway.

Amway verwacht van de ABO's dat zij de rechten van Amway respecteren door merken, logo's, productfoto's en bedrijfsgerelateerde afbeeldingen die eigendom zijn van Amway alleen te gebruiken als ze zijn verkregen uit goedgekeurde bronnen, zoals gespecificeerd door Amway. ABO's mogen deze onbewerkte middelen gebruiken zonder vooraf toestemming aan Amway te vragen.

Bij het creëren van een digitaal eigendom (zoals een Facebook- of Instagram-account of een website) mag een

ABO zonder voorafgaande toestemming een merknaam gebruiken die eigendom is van Amway (alleen in tekst) om de connectie tussen de ABO en Amway te beschrijven in de sectie "over" "bio" of een vergelijkbare relevante sectie van het digitale eigendom.

Een ABO mag het Amway handelsmerk (product- en merknamen), merklogo's, productafbeeldingen in de domeinnaam, account-naam, account-gebruikersnaam, alias, pagina-naam, email-adres, profielfoto, omslagfoto of achtergrond of een vergelijkbare relevante positie op het digitale eigendom niet gebruiken, tenzij men hier schriftelijke toestemming van Amway voor heeft.

Het is ABO niet toegestaan handelsmerken van Amway of Alticor te kopiëren, distribueren of op enige andere wijze te gebruiken zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway, tenzij deze zijn verkregen uit de goedgekeurde bronnen of zoals elders in deze sectie wordt beschreven.

Voorbeelden van handelsmerken van Amway:

- Een ABO maakt een openbare Facebookpagina aan en in het onderdeel bio staat: "Amway Business Owner. Met een passie voor bodykey™ by NUTRILITE en gewichtsbeheersing. Stuur een privébericht voor meer info." Dit is **toegestaan** omdat het merk Amway vermeld mag worden in de biografiesectie.
- Een ABO maakt een Instagram-account aan met de gebruikersnaam@amwayking. Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO "Amway" heeft opgenomen in de gebruikersnaam.
- Een ABO maakt een Twitteraccount aan met de weergavenaam "Mijn NUTRILITE™-account." Dit is **niet toegestaan** omdat de ABO NUTRILITE, een merk dat eigendom is van Amway, heeft opgenomen in de weergavenaam.

Handelsmerken van derden

De ABO is ervoor verantwoordelijk om de handelsmerkrechten van derden in zijn/haar digitale communicatie niet te schenden.

Een ABO mag het handelsmerk van een derde niet in een digitaal bericht vermelden of gebruiken op een manier die ten onrechte suggereert dat er sprake is van lidmaatschap of sponsoring tussen de ABO of Amway en die derde partij.

Voorbeelden van handelsmerken van derden:

- Een ABO plaatst een afbeelding met het logo van haar ABO-organisatie op haar Instagram-account. Dit is **toegestaan** op voorwaarde dat de ABO-organisatie het gebruik van het logo met handelsmerk goedkeurt.
- Een ABO plaatst een video op Facebook waarin (volledig in overeenstemming met de regels voor productclaims) wordt getoond hoe Amway producten in de keuken worden gebruikt. De ABO heeft een kookboek van een beroemde kok op het aanrecht staan naast de Amway producten en draagt een shirt met op de borst een geborduurd logo van die kok. Dit is **niet toegestaan** omdat het plaatsen van deze video geïnterpreteerd

zou kunnen worden als een suggestie van een verband tussen de ABO en deze kok en/of tussen Amway en deze kok.

VOORLEGGEN TER GOEDKEURING

Bij BSM denkt men vaak aan boeken, brochures, cd's, enz., die worden gebruikt om ABO's, prospects en klanten te ondersteunen, trainen, motiveren en op te leiden (zie Regel 7 van de Amway Gedragsregels en het Europees Kaderbeleid voor BSM). BSM's kunnen ook digitale componenten omvatten zoals apps, websites, podcasts en video's. Alle digitale BSM moeten voldoen aan de Regels en het Kaderbeleid voor BSM. Volgens de Regels moeten BSM vóór gebruik worden voorgelegd aan Amway ter beoordeling en goedkeuring.

Digitale Communicaties die BSM zijn, maar een spontaan karakter hebben, vereisen geen voorafgaande toestemming, tenzij uitdrukkelijk vermeld in deze Normen voor Digitale Communicatie. Onderstaande lijst bevat de digitale communicatie waarvoor voorafgaande schriftelijke toestemming van Amway is vereist:

- Intellectuele eigendom van Amway, Alticor en derden.
- Voor-en-na-afbeeldingen en -video's (gemaakt door de gebruiker; met uitzondering van make-up).
- Blogconcepten.
- Digitale evenementen met gebruik van intellectuele eigendom van derden.
- Digitale evenementen op eigendommen waarvan de ABO geen eigenaar of beheerder is.
- Digitale evenementen met gebruik van informatie over het Amway Sales & Marketingplan in een niet-ABO omgeving.
- Mobiele apps.
- Podcasts.
- Productdemonstraties (gemaakt door de gebruiker; met uitzondering van make-up, kookgerei en koken).
- Video, audio en opgeslagen/vastgelegde livestreams met: het Plan, productclaims, werving, voorbeelden van inkomsten, en intellectuele eigendommen van derden.
- Websites.

ABO's dienen alle verzoeken voor controle en goedkeuring te sturen naar Business Conduct en Rules.

Verzoeken moeten ABO-naam en -nummer, inhoud en beoogd gebruik bevatten.

Facebook® is een gedeponeerd handelsmerk van Facebook, Inc.; YouTube is een gedeponeerd handelsmerk van Google Inc.; Instagram® is een gedeponeerd handelsmerk van Instagram, LLC; Twitter® is een gedeponeerd handelsmerk van Twitter, Inc.; Wechat® is een gedeponeerd handelsmerk van Tencent Holdings Ltd.; VK® is een gedeponeerd handelsmerk van Limited Liability Company "V Kontakte"; Line® is een gedeponeerd handelsmerk van Line Corporation; WhatsApp® is een gedeponeerd handelsmerk van WHATSAPP INC.; SnapChat® is een gedeponeerd handelsmerk van SNAP INC.

LinkedIn® is een gedeponeerd handelsmerk van LinkedIn Corporation

Forbes® is een gedeponeerd handelsmerk van Forbes LLC; The New York Times® is een gedeponeerd handelsmerk van The New York Times Company

