



ERGÄNZUNG ZU DEN  
RICHTLINIEN UND VERFAHREN:  
VERTRIEBSPARTNER  
(ASSOCIATES)-  
FINANZIERTE RABATTE  
UND VERKAUFSAKTIONEN  
ISAGENIX®

Die Isagenix-Leitfadendokumente beschreiben die aktuelle Unternehmenssichtweise zu einem Thema. Isagenix behält sich das Recht vor, dieses Dokument abzuändern oder gegebenenfalls zusätzliche Leitfäden bereitzustellen. Da jeder Sachverhalt anders ist, sollten Sie sich, wenn Sie Fragen hierzu haben oder dazu, wie dieser oder andere Leitfäden auf Ihre Situation anzuwenden sind, an Isagenix Compliance (Compliance@IsagenixCorp.com) wenden.



## Ergänzung zu den Richtlinien und Verfahren: Vertriebspartner (Associates)-finanzierte Rabatte und Verkaufsaktionen

Wir schätzen unternehmerische Führungskräfte, die Mitglieder ihrer Teams motivieren und unterstützen, indem sie außergewöhnliche Leistungen in ihren unabhängigen Unternehmen anerkennen. Während wir diesen Unternehmergeist nicht schmälern möchten, wollen wir zugleich sicherstellen, dass alle nach den gleichen Regeln spielen. Dies dient dem Schutz des Unternehmens und Ihres Business und schafft für alle gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Isagenix Unabhängige Vertriebspartner [engl. Independent Associates].

Um mögliche Unklarheiten unter Vertriebspartnern [engl. Associates] in Bezug auf das, was bei Vertriebspartner [Associate]-finanzierten Incentives zulässig ist und was nicht, gering zu halten, veröffentlichen wir die folgenden allgemeinen Leitlinien und geben weitere Erläuterungen zu den Gründen und Prinzipien, die diesen zugrunde liegen:

### 1. Durch Vertriebspartner [Associates] finanzierte Verkaufsaktionen für potenzielle und bestehende Kunden sind unzulässig.

Die erfolgreichsten Vertriebspartner (Associates) konzentrieren ihre Zeit und Energie auf ihr Isagenix-Geschäft. Vertriebspartner (Associates) sind jedoch unabhängige Unternehmer und frei darin, andere geschäftliche Unternehmungen zu betreiben und demnach andere Waren oder Dienstleistungen zu verkaufen, solange diese nicht in einer Weise

vermarktet, beworben oder sonst wie präsentiert werden, die andere Associates oder Kunden aktiv oder passiv darin bestärkt, derartige Waren oder Dienstleistungen zu erwerben.

Der Zweck dieser Regel besteht darin, a) gleiche Wettbewerbsbedingungen zu wahren und zu vermeiden, dass etablierteren Führungskräften, die über mehr Ressourcen als andere Vertriebspartner [Associates] verfügen, ein unfairer Vorteil verschafft wird; b) auszuschließen, dass andere Vertriebspartner [Associates] einen unangemessenen

Druck verspüren, diesen Werbeaktionen gleichzukommen, um wirksam um neue Kunden konkurrieren zu können; c) die Schaffung eines Präzedenzfalls für den Einsatz kostspieliger Incentives zu vermeiden, die neue Mitglieder davon abhalten könnten, in das Unternehmen einzusteigen; d) Aktivitäten zu verbieten, die als (i) Manipulation des Vergütungsplans, (ii) „als Zahlung für die Registrierungen“ oder (iii) sonst wie potenziell rechtswidrige Tätigkeiten unter bestimmten Bedingungen angesehen werden könnten; und (e) die Isagenix-Marke und -Reputation zu schützen, indem wir Unklarheiten betreffend unsere Preise und Werbeaktionen minimieren.

### 2. Von Vertriebspartnern [Associates] gesponserte Wettbewerbe oder Werbeaktionen, die darauf abzielen, Geschäftspartner innerhalb ihrer eigenen Teams zu belohnen, können zulässig sein, wenn sie verantwortungsvoll und in Übereinstimmung mit den Isagenix-Grundsätzen und -Leitlinien erfolgen.

Obwohl jede Situation einzigartig ist und zusätzliche Anleitung erforderlich sein kann, lauten einige ausschlaggebende Überlegungen für Führungskräfte, die ihre eigenen Werbeaktionen durchführen möchten, wie folgt: a) alle Belohnungen oder Anreize müssen auf dem Verkauf von Produkten an Verbraucher basieren, niemals auf Registrierungen; b) Werbeaktionen sollten Führungskräfte dafür belohnen, dass sie Verbraucher finden, die unsere Produkte kaufen, ohne dass die Produktkäufe durch diese Verbraucher subventioniert werden; c) Verkaufsaktionen sollten für die Führungskraft, die diese anbietet, erschwinglich sein und in einer Weise präsentiert werden, die keinen Druck auf andere Mitglieder des Teams dahingehend ausübt, ihre eigenen Verkaufsaktionen anzubieten; und (d) die Kommunikation über teambasierte Verkaufsaktionen muss auf Mitglieder des Teams beschränkt sein und ist nur gegenüber Mitglieder des Teams (d.h. keine öffentlichen Beiträge in sozialen Medien) zu veröffentlichen, um Führungskräfte vor Vorwürfen eines Cross-

Recruiting [übergreifenden Rekrutierung] zu schützen und um zu vermeiden, dass ein bestimmtes Team attraktiver für einen Beitritt erscheint als ein anderes. Auch hier sollen diese Regeln unter anderem dazu beitragen, gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Vertriebspartner [Associates] sicherzustellen.

Wenn Sie Fragen zu dieser Handlungsempfehlung haben bzw. dazu, wie sie für eine Verkaufsaktion, die Sie durchführen möchten, Anwendung finden könnte, oder wenn Sie möchten, dass Isagenix eine Verkaufsaktion auf Facebook, Instagram oder einer anderen Social-Media-Plattform überprüft, so wenden Sie sich an Isagenix Compliance unter [Compliance@IsagenixCorp.com](mailto:Compliance@IsagenixCorp.com).