



Richtlinien und Verfahren Europa

Dieses Dokument wurde am 11. Dezember 2024 veröffentlicht und trat am 11. Januar 2025 in Kraft.

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Einleitung

- 1.1 Zweck
- 1.2 Begriffe
- 1.3 Dokumente, die in die Vereinbarung integriert sind
- 1.3.1 Hinweis zum Verzicht auf individuelle Schiedsverfahren und Sammelklagen
- 1.4 Änderungen/Annahme
- 1.5 Brand Partner Compliance
- 1.6 Inklusion und Anti-Diskriminierung

2. Brand Partner werden

- 2.1 Voraussetzungen für Brand Partner

3. Ein Brand Partner Business führen

- 3.1 Status als unabhängiger Auftragnehmer
- 3.2 Verbot der Nutzung mehrerer Brand Partner Kundenkonten
- 3.3 Handlungen von Haushaltsmitgliedern oder verbundenen Parteien
- 3.4 Verbotene Handlungen für Brand Partner
- 3.5 Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung, Trusts oder andere Geschäftseinheiten
- 3.6 Verkauf, Übertragung oder Abtretung
- 3.7 Erben & Rechtsnachfolge
- 3.8 Scheidung, Brand Partner Business Änderungen und/oder Auflösung
- 3.9 Kundenkontoauflösung
- 3.10 Steuern
- 3.10.1 Einkommenssteuern
- 3.10.2 Umsatzsteuern
- 3.11 Richtlinien und irreführende Praktiken
- 3.11.1 Abwerbe- und Anwerbungsverbot
- 3.11.2 Leadership Wettbewerbsverbot
- 3.11.3 Andere Direktverkäufer angehen
- 3.11.4 Interne Abwerbung
- 3.11.5 Kauf zum Zwecke des Erhalts von Boni und Horten
- 3.12 Internationale Geschäftstätigkeit
- 3.13 Not For Resale (NFR) Produkte (Produkte, die nicht für den Wiederverkauf geeignet sind)
- 3.14 Antikorruption
- 3.15 Umpacken, Umetikettierung und Qualitätskontrolle
- 3.16 Vertraulichkeitsvereinbarung
- 3.17 Autorisierung Fotos und Videos aufzunehmen und zu nutzen

- 3.18 Anerkennung für Rangaufstiege
- 3.19 Nicht-Exklusivität
- 3.20 Verunglimpfung, Belästigung und Datenschutz von Angestellten
- 3.21 Autorisierung zu Transfer und Freigabe persönlicher Daten

4. Neue Brand Partner sponsern

- 4.1 Sponsoring
- 4.2 Online-Sponsoring
- 4.3 Datenschutz

5. Werbung

- 5.1 Nutzung von Materialien von Young Living
- 5.2 Weiterbildungs- und Referenzmaterialien
- 5.3 Von Brand Partnern entwickelte Werbeunterlagen und Produkte
- 5.4 Werbeaussagen und Repräsentation
- 5.4.1 Behauptungen zu den Produkten
- 5.4.2 Behauptungen zum Einkommen
- 5.4.3 Behauptungen zum Vergütungsplan
- 5.4.4 Schadloshaltung bei unzulässigen Werbeaussagen
- 5.5 Geistiges Eigentum von Young Living
- 5.6 Domain-Namen und E-Mail-Adressen
- 5.7 Internet Richtlinien
- 5.8 Internet Kleinanzeigen, Auktionsseiten, Shoppingseiten oder Online- Auftragsabwicklungssshops
- 5.9 Brand Partner Anwerbung per Telefon und E-Mail
- 5.10 Brand Partner Webseiten, die Young Living anbietet
- 5.11 Kommerzielle Verkaufsstellen/ Dienstleistungseinrichtungen
- 5.12 Keine Preis- oder Gebietsbeschränkungen/ Geschenke
- 5.13 Messen und Ausstellungen
- 5.14 Medienanfragen

6. Young Living Produktverkäufe

- 6.1 Produktvertrieb und Rechnungen
- 6.2 Übermäßige Inventarbestellungen und die 70 % Regel
- 6.3 Beschädigte Waren

INHALTSVERZEICHNIS:

7. Verkaufsprovision und Boni

- 7.1. Verkaufsprovisionen und Bonus
- 7.2. Verkaufsprovisionenanpassungen
- 7.3. Abzüge/Servicegebühren
- 7.4. Rückzahlung von Provisionszahlungen
- 7.5. Bearbeitungsschluss für Bestellungen am Monatsende

8. Bestellungen & Young Living Rückgabe- und Rückerstattungsrichtlinie

- 8.1 Bestellarten
 - 8.1.1 Telefonisch
 - 8.1.2 Website
 - 8.1.3 E-Mail
 - 8.1.4 Live Chat
- 8.2 Treueprogramm & Abo-Programme
- 8.3 Allgemeine Bestellrichtlinien
 - 8.3.1 Bestellungen im Rückstand
 - 8.3.2 Bestellungen, die von Brand Partnern nicht angenommen werden

9. Versand

- 9.1 Versandarten und -kosten
- 9.2 Versandabweichungen

10. Bezahlung

- 10.1 Zahlungsarten
- 10.2 Unzureichende Geldmittel
- 10.3 SEPA Zahlungen
- 10.4 Provisions- und Bonuszahlungen

11. Produktrückgaberichtlinie

- 11.1 Widerrufsrecht/Vertragsauflösung
- 11.2 Rückgaberichtlinien
- 11.3 Rückgabe von Inventar durch Brand Partner
- 11.4 Produkt-Kits
- 11.5 Rückgabe von Promotionsartikeln
- 11.6 Rückgabeverfahren
- 11.7 Rücksendeadresse

12. Brand Partner-Kontoverwaltung

- 12.1 Änderungen in einem Brand Partner-Kundenkonto

- 12.2 Wechsel des Einschreibers/Sponsors
- 12.3 Verzicht auf Ansprüche
- 12.4 Einschreiber- und/oder Sponsor-Programm
- 12.5 Brand Partner Business-Organisationsberichte

13. Disputbeilegung und vertragliche Sanktionen

- 13.1 Dispute mit anderen Brand Partnern
- 13.2 Individuelle Schiedsvereinbarung
- 13.3 Gerichtsstand und Ort
- 13.4 Verzicht auf Sammelklagen
- 13.5 Vertragliche Sanktionen/Vertragsbruch
- 13.6 Einsprüche gegen die Feststellung von Verstößen gegen die Brand Partner Vereinbarung und vertragliche Sanktionen

14. Kündigung

- 14.1 Kündigung für Inaktivität
- 14.2 Reaktivierung
- 14.3 Kündigung durch Young Living
- 14.4 Freiwillige Kündigung
- 14.5 Folgen der Kündigung

15. Verschiedenes und Kontaktinformationen

- 15.1 Verzug
- 15.2 Teilnichtigkeit
- 15.3 Verzicht
- 15.4 Überschriften
- 15.5 Kontaktinformationen

I. EINLEITUNG

I.1 Zweck

Dieses Young Living Europe Richtlinien und Verfahren Dokument für Brand Partner beschreibt die Richtlinien und Verfahren, denen Brand Partner bei ihrer Bewerbung und Zustimmung (und Annahme durch Young Living) zustimmen, um unabhängige Auftragnehmer, also „Brand Partner“, zu werden. Brand Partner sind in der Vergangenheit auch Vertriebspartner, Mitglieder oder YL Partner genannt worden. Der Zweck dieses Dokumentes ist:

- Das Festlegen von Standards für akzeptables Geschäftsverhalten, das von Brand Partnern bei ihren Bemühungen erwartet wird, Produkte und Dienstleistungen von Young Living® an Endverbraucher zu vermarkten und zu verkaufen.
- Die Beziehung der Brand Partner mit Young Living zu definieren.
- Den Brand Partnern dabei zu helfen, Young Living Produkte zu vermarkten und an Kunden zu verkaufen und andere zu motivieren, zu trainieren und dabei anzuleiten, zu vermarkten und an Kunden zu verkaufen.

I.2 Begriffe

In diesem Dokument wird Young Living Europe B.V. mit „Young Living“ bezeichnet. Der Einzelne oder die vertragsschließende Person (wie unten beschrieben), wird als „Brand Partner“ bezeichnet. Die Begriffe „Einschreiber“, „Sponsor“, „Kunde“, „Vertriebsorganisation“ und „Support Team“ haben die hierin und im Vergütungsplan von Young Living festgelegte Bedeutung. Der Begriff „Kunde“ kann genutzt werden, um kollektiv die Nutzer von Young Living Produkten zu beschreiben.

Der Begriff „Sponsor“ beschreibt den direkt über einem Brand Partner stehenden Brand Partner der Upline. Ein Brand Partner Konto ist dann als „aktiv“ angesehen, wenn der Brand Partner innerhalb der vergangenen 12 Monate Produkte gekauft hat, und als „inaktiv“, wenn nicht. Der Begriff „Einschreiber“ bezeichnet den Brand Partner, der einen neuen Brand Partner bei Young Living einschreibt. Ein Einzelner kann nur einmal in 12 Monaten eingeschrieben werden. Ein „Kunde“ ist allgemein ein Einzelner, der kein Brand Partner ist und der Produkte für den persönlichen Gebrauch direkt von Young Living kaufen kann. Ein Kunde kann keine neuen Brand Partner einschreiben, Provisionen laut dem Vergütungsplan verdienen oder Young Living Produkte weiterverkaufen. Ein Kunde kann jederzeit Brand Partner werden, indem er die Anforderungen wie im untenstehenden Abschnitt „Brand Partner werden“ beschrieben erfüllt.

I.3 Dokumente, die in die Vereinbarung integriert sind

Wenn in diesen Richtlinien und Verfahren für Young Living Europe Brand Partner der Begriff „Vereinbarung“ verwendet wird, bezieht er sich kollektiv auf die Young Living Brand Partner Vereinbarung, diese Young Living Brand Partner Richtlinien und Verfahren („Richtlinien und Verfahren“), die Datenschutzrichtlinie von Young Living („Datenschutzrichtlinie“) und den Young Living Vergütungsplan.

Die Vereinbarung stellt die endgültige, ausschließliche und vollständige Vereinbarung zwischen dem Brand Partner und Young Living hinsichtlich des Vertragsgegenstands dar und ersetzt alle Vereinbarungen, Mitteilungen, Übereinkünfte und Geschäftsbeziehungen zwischen dem Brand Partner und Young Living. Der Brand Partner stimmt zu, dass Young Living keine Äußerungen oder Garantien jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, in Bezug auf den Vertragsgegenstand abgegeben hat oder abgibt, außer wie in der Vereinbarung ausdrücklich angegeben, und dass der Brand Partner sich nicht auf Äußerungen oder Garantien jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, in Bezug auf den Vertragsgegenstand verlässt und sich auch nicht auf solche verlassen hat, mit Ausnahme der Äußerungen und Garantien in der Vereinbarung.

Ungeachtet anderslautender Bestimmungen in dieser Vereinbarung verbietet nichts in dieser Vereinbarung einem Brand Partner, mögliche Verstöße einer Regierungsbehörde zu melden, oder dieser gegenüber andere Offenlegungen vorzunehmen, direkt mit dieser Behörde zu kommunizieren, auf eine Anfrage zu antworten oder eine Aussage bezüglich möglicher Verstöße zu machen. Brand Partner sind nicht verpflichtet, Young Living bezüglich derartiger Kommunikation in Kenntnis zu setzen bevor diese aufgenommen wird. Darüber hinaus wird durch die Vereinbarung die Möglichkeit eines Brand Partners nicht eingeschränkt oder behindert, bei einer Regierungsbehörde finanzielle Belohnungen zu beantragen oder anzunehmen.

I.3.1 Hinweis zum Verzicht auf individuelle Schiedsverfahren und Sammelklagen

DIE VEREINBARUNG ENTHÄLT IN ABSCHNITT 10.2.2 EINE OBLIGATORISCHE INDIVIDUELLE SCHIEDSVEREINBARUNG UND EINEN VERZICHT AUF SAMMELKLAGEN. MIT DEM ZUSTIMMEN ZU DIESER VEREINBARUNG BESTÄTIGT DER BRAND PARTNER AUSDRÜCKLICH, DASS ER ALLE BESTIMMUNGEN DER INDIVIDUELLEN SCHIEDSVEREINBARUNG UND DES VERZICHTS AUF SAMMELKLAGEN GELESEN,

SORGFÄLTIG GEPRÜFT UND VERSTANDEN HAT UND DASS ER AUSDRÜCKLICH DAMIT EINVERSTANDEN IST, AN DIESE GEBUNDEN ZU SEIN.

1.4 Änderungen/Annahme

Die Provision, die ein Brand Partner erhält, basiert auf den Verkäufen von Young Living[®] Produkten an Endverbraucher. Young Living hat sich immer das Recht vorbehalten, den Vergütungsplan von Zeit zu Zeit zu ändern. Young Living ist schon seit langem bestrebt, Größen zum Messen der Verkäufe und Qualifikationen einzuführen, um diejenigen zu belohnen, die kontinuierlich am Produktverkauf an Kunden beteiligt sind, indem sie neue Kunden gewinnen und andere zu motivieren, zu schulen und anzuleiten Produkte an Kunden zu verkaufen.

Young Living kann von Zeit zu Zeit die Vereinbarung ändern (einschließlich aller Dokumente, die Teil der Vereinbarung sind). Änderungen treten 30 Tage nach der Veröffentlichung durch Young Living über offizielle Young Living Publikationen in Kraft, die allen aktiven Brand Partnern zugänglich gemacht werden (z.B. E-Mail-Newsletter), auf der Website veröffentlicht oder per E-Mail an die im Kundenkonto hinterlegte E-Mail-Adresse geschickt werden. Ungeachtet des Vorstehenden werden Änderungen der Datenschutzrichtlinie unmittelbar nach ihrer Veröffentlichung wirksam. Änderungen werden nicht rückwirkend auf vergangene Verhaltensweisen angewendet, die vor dem Inkrafttreten der Änderung stattgefunden haben, es sei denn dies ist ausdrücklich akzeptiert.

Brand Partner, die Änderungen oder Zusätze nicht freiwillig akzeptieren, können ihren Vertrag mit Young Living kündigen, indem sie Young Living dies vor dem Inkrafttreten der Änderung oder des Zusatzes mitteilen. Jedes Fortsetzen der Geschäfte, Bestellungen, Annahme einer Provision oder Bonusauszahlung oder eines anderen Vorteils durch einen Brand Partner nach dem Inkrafttreten von Zusätzen oder Änderungen dieser Vereinbarung gilt als Annahme dieser Vereinbarung in vollem Umfang mit sämtlichen Zusätzen oder Änderungen.

1.5 Brand Partner Compliance

Brand Partner müssen alle Regeln, Vorschriften, Gesetze und Verordnungen einhalten, die für den Betrieb ihrer Geschäftsorganisation als unabhängiger Brand Partner gelten.

Young Living kann alle notwendigen Maßnahmen zur Einhaltung von Richtlinien ergreifen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Kündigung des Brand Partner Kontos, wenn Brand Partner gegen Gesetze, Vorschriften, diese Richtlinien und Verfahren oder die Vereinbarung verstoßen.

1.6 Inklusion und Anti-Diskriminierung

Young Living bietet seine Produkte allen Verbrauchern ungeachtet von Rasse, Religion, Sprache, Geschlecht, kulturellen oder anderen persönlichen Unterschieden an und erwartet und ermutigt seine Brand Partner, andere im Rahmen von Young Living Geschäften oder seinen Produkten mit Respekt, Freundlichkeit und Rücksicht zu behandeln, selbst wenn es Meinungsverschiedenheiten geben sollte.

2. BRAND PARTNER WERDEN

2.1 Voraussetzungen für Brand Partner

Um Young Living Brand Partner zu werden, müssen folgende Kriterien vom Bewerber erfüllt werden:

- Mindestens achtzehn (18) Jahre alt sein;
- Den ständigen Wohnsitz in einem der Länder des europäischen Kontinents haben.
- Die Richtlinien und Verfahren und den Vergütungsplan von Young Living lesen, sowie die weiteren Dokumente, die Teil der Vereinbarung sind;
- Die Brand Partner Vereinbarung innerhalb von 30 Tagen nach der Einschreibung ausfüllen, unterschreiben und einreichen.
- Wenn der Brand Partner ein Unternehmen ist, bitte den Nachweis vorlegen, dass der Unterzeichner entweder der Eigentümer oder eine Person ist, die für das Unternehmen unterschreiben kann. Wenn der Brand Partner eine EU-Umsatzsteuer-Identifikationsnummer für innergemeinschaftliche/grenzüberschreitende Verkäufe nutzen möchte, bitte an unseren Kundenservice wenden.

Young Living kann eine Brand Partner Vereinbarung aus jeglichem Grund ablehnen, soweit vom Gesetz erlaubt.

Brand Partner Vereinbarungen können per E-Mail, postalisch oder über die Young Living Website (YoungLiving.com) eingereicht werden. Beim Einschreiben per Post oder über das Telefon muss die Bewerbung und die Brand Partner Vereinbarung innerhalb von 30 Tagen nach dem Einschreiben bei Young Living eingehen und akzeptiert werden, damit alle Brand Partner Vorteile genutzt werden können. Wenn die Brand Partner Vereinbarung nicht innerhalb von 30 Tagen eingeht, wird das Brand Partner Kundenkonto pausiert bis die unterschriebene Vereinbarung eingegangen ist.

Ein Brand Partner Bewerber kann einen Co-Bewerber und/oder Co-Besitzer für das Brand Partner Kundenkonto haben. Nach der Annahme durch Young Living wird ein Gemeinschaftskonto als gemeinsames Eigentum mit Überlebensrechten behandelt.

3. EIN BRAND PARTNER BUSINESS FÜHREN

3.1 Status als unabhängiger Auftragnehmer

Brand Partner sind unabhängige Vertriebspartner, die gemäß der Brand Partner Vereinbarung selbst entscheiden, wie, wann und wo sie Young Living® Produkte verkaufen. Brand Partner sind keine Käufer eines Franchises oder einer Geschäftsgelegenheit. Die Vereinbarung mit Young Living bedeutet kein Arbeitgeber-/Arbeitnehmerverhältnis, keine Agentur, keine Partnerschaft und kein Joint Venture. Brand Partner sind nicht und werden nicht behandelt wie Angestellte für ihre Dienste oder für Steuer- oder Versicherungsgründe. Brand Partner sind als unabhängige Vertriebspartner dafür verantwortlich, lokale oder sonst wie anwendbare Steuern auf alle Kompensationen zu zahlen, die sie als Brand Partner verdienen. Brand Partner haben keine (ausdrückliche oder stillschweigende) Befugnis, das Unternehmen an Verpflichtungen zu binden.

Brand Partner werden ermutigt, ihre eigenen Ziele zu setzen, Zeiten und Verkaufsmethoden zu entscheiden, so lange alle anwendbaren Gesetze und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Brand Partner Vereinbarung eingehalten werden.

Young Livings Hauptgeschäft ist die Entwicklung, Prüfung und Herstellung der Produkte von Young Living®. Brand Partnern wird die Möglichkeit gegeben, Young Living Produkte zu vermarkten, zu bewerben und an Kunden zu verkaufen. Brand Partner sind nicht in die Entwicklung, dem Testen oder der Produktion von Young Livings Produkten beteiligt.

Sofern dies nicht zur Einhaltung gesetzlicher Anforderungen und/oder zum Schutz des geistigen Eigentums und der Integrität der Marke Young Living erforderlich ist, kontrolliert Young Living nicht die Art und Weise, in der Brand Partner Produkte von Young Living verkaufen, Kunden und/oder andere Brand Partner in ihre Vertriebsorganisationen einschreiben oder ihr Geschäft betreiben, vorausgesetzt, dass die Brand Partner die Vereinbarung einhalten. Brand Partner dürfen selbst Helfer oder Assistenten engagieren, ohne die Genehmigung von Young Living einzuholen, aber jeder Brand Partner, der andere

anstellt, bleibt verantwortlich für die Aktivitäten dieser Helfer oder Assistenten, sodass alle Verstöße gegen die Vereinbarung durch einen Angestellten als von dem Brand Partner begangen gelten, der diesen angestellt hat.

3.2 Verbot der Nutzung mehrerer Brand Partner Kundenkonten

Ein Brand Partner kann nur an einem Kundenkonto ein finanzielles Interesse haben, sei es rechtlich oder wirtschaftlich. Wenn Young Living feststellt, dass ein Brand Partner unerlaubt mehrere Konten hat, einschließlich Konten für Kunden, kann Young Living das zuletzt erstellte Konto oder Konten kündigen oder weitere Disziplinarmaßnahmen gegen den Brand Partner ergreifen. Es ist Brand Partnern explizit nicht erlaubt, sogenannte Doppelkonten anzulegen, um damit die Sponsorlinien zu verändern, den Vergütungsplan zu manipulieren oder die Vereinbarung in anderer Art zu umgehen.

Allerdings können Brand Partner ein wirtschaftliches Interesse an mehr als einem Brand Partner Kundenkonto haben, wenn sie von einem anderen Brand Partner eine Beteiligung an einem anderen Konto als Erbe erhalten (entweder durch eine direkte Erbschaft oder als Begünstigter eines Trusts). Young Living muss (wie in Abschnitt 3.7 angegeben) über die Erbschaft schriftlich informiert werden und Young Living muss der Übertragung schriftlich zustimmen.

Young Living wird mit dem Brand Partner zusammenarbeiten, der das Kundenkonto übernimmt, um die ererbte Position für den Brand Partner und alle anderen Familienmitglieder und/oder die bestehenden Brand Partner-Organisationen ordnungsgemäß in die Young Living-Organisation zu integrieren.

Ein Brand Partner und sein Ehe-/Lebenspartner dürfen nur dann getrennte Konten haben, wenn und falls das zweite Konto (egal ob es sich um ein Brand Partner- oder ein Kundenkonto handelt) in der Geschäftsorganisation des anderen Ehe-/Lebenspartners gesponsert wird. Young Living kann derartige Konten regelmäßig prüfen und alle später erstellten Konten schließen, wenn Young Living feststellt, dass die später erstellten Konten nicht der Vereinbarung entsprechen.

3.3 Handlungen von Haushaltsmitgliedern oder verbundenen Parteien

Wenn Handlungen eines Haushaltsmitglieds oder einer verbundenen Partei eines Geschäftspartners gegen die Vereinbarung verstoßen und dadurch Young Living oder der Geschäftsorganisation Schaden zugefügt wird, kann die Vereinbarung gegen den Brand Partner durchgesetzt werden.

3.4 Verbotene Handlungen für Brand Partner

Jeder Brand Partner, der einen anderen Brand Partner dazu ermutigt, ihn dabei unterstützt oder ihm beibringt (einschließlich durch informelles Coaching oder formelle bezahlte Unterweisung), gegen eine Bestimmung dieser Vereinbarung zu verstoßen (einschließlich der Manipulation des Vergütungsplans oder der Teilnahme an unethischen Verhaltensweisen), verstößt selbst gegen die Vereinbarung, und Young Living kann das Konto dieses Brand Partners kündigen oder alle Maßnahmen ergreifen, die Young Living angesichts dieses Verhaltens für angemessen hält.

3.5 Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung, Trusts oder andere Geschäftseinheiten

Eine Partnerschaft, Gesellschaft mit beschränkter Haftung oder ein Trust kann nach alleinigem Ermessen von Young Living ein Young Living Brand Partner werden, indem ein einzelner Manager für das Geschäft die Fähigkeit und den Wunsch zum aktiven Aufbau einer Vertriebsorganisation nachweist und Young Living eine Partnerschafts-Vereinbarung, sämtliche aktuellen Unterlagen aus dem Handelsregister, eine Gründungsurkunde, die Satzung/Gründungsurkunde oder einen Treuhandvertrag zusammen mit einem ordnungsgemäß ausgefüllten Brand Partner-Antragsformular vorlegt, wobei in mindestens einem der Dokumente die Namen aller Anteilseigner, leitenden Angestellten, Brand Partner, Manager, Partner oder Treuhänder des Unternehmens („verbundene Parteien“) aufgeführt sein müssen. Der Brand Partner muss schriftlich bestätigen, dass kein Teilnehmer des Unternehmens Anteile an einem anderen Brand Partner-Konto besitzt. Ein Brand Partner kann seinen Status unter dem selben Sponsor von einer Einzelperson zu einer Partnerschaft oder einem Unternehmen ändern, indem er Young Living die entsprechende Dokumentation vorlegt.

Young Living kann das Konto eines Brand Partners kündigen oder jede andere Maßnahme ergreifen, die Young Living für angemessen hält, wenn Young Living nach eigenem Ermessen einer Änderung des Firmennamens oder der Gründung von Partnerschaften, Kapitalgesellschaften oder Trusts aus steuerlichen Gründen, der Nachlassplanung oder aufgrund der beschränkten Haftung nicht zustimmt. Darüber hinaus bestätigt das neue Unternehmen, das sich um die Brand Partnerschaft bewirbt, durch die Einreichung einer Kopie der Partnerschafts- oder Gründungsurkunde oder anderer Dokumente für die Verifizierung des Unternehmens, dass keine

verbundene Partei mit einer Beteiligung an dem neuen Unternehmen innerhalb von sechs Monaten nach Einreichung der Dokumente eine Beteiligung an einer anderen Vertriebsorganisation hatte (es sei denn, es handelt sich um die Fortführung einer bestehenden Vertriebsorganisation, die ihre Geschäftsform ändert). Brand Partner müssen für Namensänderungen oder andere Änderungen an dem Brand Partner Konto den europäischen Kundenservice unter kundenservice@youngliving.com kontaktieren.

3.6 Verkauf, Übertragung oder Abtretung

Young Living kann diese Vereinbarung jederzeit an ein anderes Tochterunternehmen von Young Living abtreten oder übertragen. Brand Partner können die Organisation und den Vertrag oder alle Rechte und Pflichten daraus verkaufen, übertragen oder abtreten (zusammen „übertragen“), nachdem sie Young Living eine Option zum Kauf der Organisation zum fairen Marktwert eingeräumt haben, der von den Parteien als kumulierte Provisionszahlungen der letzten 12 Monate vereinbart wird.

- Ein Brand Partner, der seine Organisation überträgt und die übernehmende Partei müssen Young Living schriftlich über ihre Absicht informieren, die Vereinbarung und Organisation, einschließlich der Geschäftsorganisation des Brand Partners, zu verkaufen oder zu übertragen, indem sie ihre Übertragungsabsicht an EURESOLUTIONS@youngliving.com senden und Young Living 30 Tage Zeit geben, sich für den Kauf der Organisation zum fairen Marktwert zu entscheiden.

Wenn der übernehmende Brand Partner eine bestehende Organisation hat, muss der übernehmende Brand Partner zuerst diese Vertriebsorganisation übertragen oder eine Übertragung in Planung und von Young Living genehmigt haben, bevor er die neue Vertriebsorganisation annehmen kann.

- Das Gesuch eines Brand Partners mit einem bezahlten Rang von Platinum oder höher, der seine Organisation überträgt, wird der Geschäftsleitung von Young Living zur Genehmigung vorgelegt, um sicherzustellen, dass eine solche Übertragung rechtlich zugelassen ist und auf eine Weise durchgeführt wird, die den gegenseitigen vorteilhaften Interessen von Young Living, dem übertragenden Brand Partner und der übernehmenden Partei und ihren jeweiligen Organisationen dient.
- Pro Verkauf/Übertragung/Zuweisung fällt eine Bearbeitungsgebühr von 50 US Dollar an (44 €/38 GBP /50 SEK).

Jeder übernehmende Brand Partner ist für alle Verstöße gegen die Vereinbarung durch den übertragenden Brand Partner verantwortlich und stimmt zu, dass Young Living disziplinarische Maßnahmen gegen den empfangenden Brand Partner ergreifen kann.

3.7 Erben & Rechtsnachfolge

Das Konto eines Brand Partners und die damit verbundene Geschäftsorganisation können an die gesetzlichen Erben oder gesetzlichen Vertreter des Brand Partners weitergegeben werden. Nach der Bestätigung durch Young Living wird ein Gemeinschaftskonto als gemeinsames Eigentum mit Rechten oder Überlebensanspruch behandelt.

Ob angemessene rechtliche Dokumente für die Genehmigung einer Erbschaft oder Nachfolge vorliegen, hängt möglicherweise auch von der Art der Nachlassplanungsdokumente des verstorbenen Brand Partners ab bzw. vom Fehlen solcher Dokumente. Wenn der verstorbene Brand Partner ein Testament hatte, in dem das Konto übertragen wurde, muss eine Kopie des Testaments vorgelegt werden. Wenn das Brand Partner-Konto in einen Trust aufgenommen wird, müssen die Trust-Dokumente ebenfalls vorgelegt werden. Wenn es im Rahmen eines Nachlassverfahrens zur Feststellung des Besitzes des Brand Partner-Kontos kommt, muss der Nachlassgerichtsbeschluss zur Feststellung des Eigentums vorgelegt werden. In manchen Fällen wird eine notariell beglaubigte eidesstattliche Erklärung zum Nachweis von Tatsachen akzeptiert, die aus einem Testament, einem Treuhandvertrag oder einem anderen Dokument nicht klar hervorgehen.

Der Prozess der Überprüfung und Entscheidungsfindung bezüglich der vorgeschlagenen Vererbung und Nachfolge eines Brand Partner Kontos kann einige Zeit in Anspruch nehmen, insbesondere wenn ein Nachlassgericht beteiligt ist oder der Besitz des Brand Partner Kontos im Frage gestellt wird. Young Living kann das Brand Partner Konto und dessen Einnahmen/Provisionen entweder sperren oder Erben/gesetzlichen Vertretern gestatten, während einer vorübergehenden Geschäftsunfähigkeit oder während eine geplante Erbschaft oder Nachfolge geprüft wird, vorübergehend das entsprechende Brand Partner Konto zu führen.

Wenn die vorübergehende Führung eines Brand Partner Kontos durch Erben oder Vertreter oder die Übernahme eines Brand Partner Kontos durch diese genehmigt wird, behält sich Young Living das Recht vor, die Geschäftsorganisation eines Brand Partners ganz oder teilweise an andere Brand Partner mit gutem Ruf zu übertragen, wenn der/die Erbe(n) oder

Vertreter Young Living nicht ausreichend beweisen können, dass sie in der Lage sind und bereit sind, das Konto dieses Brand Partners aktiv zu führen. Young Living behält sich das Recht vor, nach seinem alleinigen Ermessen, aus jedwedem Grund und zu jeder Zeit einem Brand Partner die Option zu verweigern, Anteile an dem ursprünglichen Konto des Brand Partners und einem übernommenen Konto zu besitzen, einschließlich dann, wenn Young Living feststellt, dass der Brand Partner nicht demonstriert hat, dass er in der Lage ist, zwei Konten und die jeweils zugehörigen Geschäftsorganisationen zu führen. Wenn Young Living das Recht auf einen wirtschaftlichen Anteil an einem zweiten Brand Partner Konto verweigert, das durch Erbschaft weitergegeben wurde, kann Young Living dem Brand Partner eine kurze Schonfrist einräumen, um den Anteil an einem der Brand Partner Konten zu verkaufen. Nach Ende dieser Schonfrist wird das geerbte Brand Partner Konto gesperrt oder aufgelöst, es sei denn es wird zu Young Livings Zufriedenheit übertragen.

3.8 Scheidung, Brand Partner Business Änderungen und/oder Auflösung

Young Living Brand Partner betreiben ihre Young Living-Geschäfte manchmal als Ehepaar-Partnerschaften, reguläre Partnerschaften, Gesellschaften/Aktiengesellschaften oder Trusts (die letzten drei Rechtsformen werden hierin gemeinsam als „Rechtsform(en)“ bezeichnet).

Wenn eine Ehe geschieden wird oder ein Unternehmen, eine Partnerschaft oder ein Trust aufgelöst wird, müssen Vorkehrungen getroffen werden, um sicherzustellen, dass jede Trennung oder Aufteilung der Geschäftsinteressen so erfolgt, dass die Interessen von Young Living und die Einkünfte anderer Upline- oder Support-Teams/Downline-Sponsoren nicht negativ beeinflusst werden.

Sofern kein für alle Parteien (einschließlich Young Living) geeignetes Verhalten vereinbart wird, kann Young Living die Brand Partner Vereinbarung nach Scheidung der Ehe oder Auflösung des betreffenden Unternehmens gemäß den Richtlinien und Verfahren von Young Living kündigen. Während des Verfahrens zur Scheidung oder Auflösung eines Unternehmens müssen die Parteien eine der folgenden Vorgehensweisen wählen:

Eine der Parteien kann, mit Zustimmung der anderen Partei(en), das Geschäft im Rahmen einer notariell beglaubigten schriftlichen Abtretung betreiben, in der die abgebende(n) Partei(en) Young Living ermächtigen, direkt und ausschließlich mit der anderen Partei(en) Geschäfte zu tätigen.

Die Parteien können das Young Living Geschäft gemeinsam wie gewohnt weiterführen, wobei alle von Young Living gezahlten Vergütungen im gemeinsamen Namen der Brand Partner oder im Namen der Einheit gezahlt werden, je nachdem, welche Aufteilung die Parteien unabhängig miteinander vereinbaren.

Die Parteien können das Geschäft gemäß eines Gerichtsbeschlusses mit Beteiligung der Parteien betreiben.

Wenn eine dieser Anforderungen nicht erfüllt ist, behält Young Living den Status quo hinsichtlich der Auszahlung der Provisionen bei.

Young Living wird die Vertriebsorganisation nicht unter sich in Scheidung befindenden Ehepartnern oder unter verbundenen Unternehmen eines sich in Auflösung befindlichen Unternehmens aufteilen. Ebenso wird Young Living die Provisionszahlung nicht zwischen einem Brand Partner und dem sich scheidenden lassenden Ehepartner oder verbundenen Parteien einer aufgelösten Gesellschaft aufteilen. Young Living erkennt nur eine Vertriebsorganisation an und weist nur eine Zahlung pro Provisionsperiode pro Young Living Business an. Provisionszahlungen erfolgen stets an die gleiche Person oder juristische Person, es sei denn, alle Parteien haben vereinbart, dass die Provisionen an eine andere Partei fällig und zu zahlen sind oder dies durch einen Beschluss eines für Young Living zuständigen Gerichts geschieht.

Ehemalige Ehepartner oder ehemalige verbundene Personen eines Brand Partner Kontos, die sämtliche Rechte als ehemalige Ehepartner oder ehemalige verbundene Personen einer Vertriebsorganisation vollständig abgetreten haben, können sich bei jedem Sponsor als neue Brand-Partner einschreiben, haben jedoch keine Rechte an Brand Partnern oder Kunden, die mit dem Brand Partner Konto des ehemaligen Ehepartners oder verbundenen Unternehmens verbunden sind. Dieser sich wieder einschreibenden Brand Partner muss genau wie jeder andere neue Brand Partner eine neue Vertriebsorganisation aufbauen.

3.9 Kundenkontoauflösung

Wenn ein Brand Partner Konto aus jedwedem Grund aufgelöst wird, wird die Position dieses Kontos in der Genealogie der Vertriebsorganisation von Young Living für zukünftige Nutzung ausgewertet. Jedes gekündigte Brand Partner Konto kann von Young Living an jeden qualifizierten Kandidaten verkauft werden wie von Young Living zu entscheiden.

Des Weiteren kann jede Position eines gekündigten Brand Partner Kontos genutzt werden, um einen bestehenden Brand Partner in gutem Ansehen zu platzieren, der nach alleinigem Ermessen von Young

Living starke Führungsqualitäten, Loyalität zur Marke Young Living und die Entschlossenheit zum Geschäftswachstum innerhalb der zuvor gekündigten Kontoposition der Vertriebsorganisation zeigt und sofern eine solche Platzierung im besten Interesse von Young Living und der Vertriebsorganisation des Brand Partners als Ganzes ist.

Eine Platzierung eines Brand Partners in der Position eines aufgelösten Kontos gemäß dieser Richtlinie kann die strukturelle Integrität der bestehenden Genealogie der Vertriebsorganisation nicht verändern, und die Upline-Vertriebsorganisation des aufgelösten Kontos, in die das bestehende Brand Partner-Konto platziert wird, muss einer solchen Platzierung zustimmen.

Alternativ kann Young Living nach eigenem Ermessen auch entscheiden, jedem Brand Partner und/oder Kundenkonto auf dem ersten Level unmittelbar unter der Position des aufgelösten Brand Partner Kontos ein „Rollup“ zu gestatten. Dies bedeutet, dass das aufgelöste Konto aus der Genealogie entfernt und die vorherigen Frontline-Konten nach oben verschoben werden, sodass sie demselben Sponsor wie das gekündigte Konto unterstehen.

3.10 Steuern

3.10.1 Einkommenssteuern

Der Brand Partner haftet persönlich für alle gesetzlich vorgeschriebenen Steuern und Abgaben, insbesondere Einkommensteuer, Sozialversicherungsbeiträge und die ordnungsgemäße Erhebung und Zahlung der Mehrwertsteuer auf Verkäufe und Provisionen. Der Brand Partner bewahrt alle erforderlichen Dokumente auf, um die ordnungsgemäße Festsetzung und Zahlung solcher Steuern und/oder Abgaben sicherzustellen.

3.10.2 Umsatzsteuern

Young Living ist verpflichtet, im Namen eines Brand Partners Umsatzsteuern auf Grundlage des veröffentlichten Einzelhandelspreises des Produkts und gemäß der Steuersätze des Staates oder Landes der Lieferadresse bei jeder einzelnen Bestellung zu erheben und abzuführen. Darüber hinaus ist Young Living möglicherweise in anderen Ländern verpflichtet, Mehrwertsteuer, Waren- und Dienstleistungssteuer, harmonisierte Umsatzsteuer, Provinzumsatzsteuer, Zollgebühren oder Zölle zu erheben. Brand Partner müssen diese zusätzlichen Steuern, Gebühren und Zölle tragen.

Brand Partner, die Produkte von einem physischen Standort aus verkaufen, an dem sie die Produkte im Einzelhandel anbieten, wie in Abschnitt 5.11 beschrieben, können eine Umsatzsteuerbefreiung

beantragen. Brand Partner können sich an den Kundenservice wenden, um spezifische Anleitungen und Unterlagen zur Beantragung dieser Ausnahme zu erhalten. Young Living behält sich das Recht vor, die Gültigkeit aller Dokumente und Nachweise zu überprüfen, die ein Brand Partner im Rahmen der Beantragung dieser Ausnahme einreicht.

Brand Partner sollten sich bei Fragen zu den Einzelhandelsumsatzsteueranforderungen an ihren persönlichen Steuerberater wenden.

3.11 Richtlinien und irreführende Praktiken

3.11.1 Abwerbe- und Anwerbungsverbot

Young Living und seine Brand Partner haben viel in den Aufbau ihrer Organisationen investiert und die Listen der Brand Partner und Kunden von Young Living sind geschützte und vertrauliche Informationen, die Eigentum der Brand Partner von Young Living sind. Diese profitieren von der autorisierten Verwendung der geschützten und vertraulichen Listen von Young Living. Um diese zu schützen und als Bedingung ihrer Vereinbarung mit Young Living verstehen und akzeptieren Brand Partner, dass die folgenden Einschränkungen angemessen und notwendig sind, um die legitimen Geschäftsinteressen von Young Living und anderen Brand Partnern zu schützen, und dass diese Einschränkungen die Brand Partner nicht daran hindern, anderen Beschäftigungen oder Geschäftsmöglichkeiten nachzugehen oder auf andere Weise ihren Lebensunterhalt zu verdienen. Im Besonderen:

- Brand Partnern ist es während der Laufzeit ihrer Vereinbarung untersagt, direkt, indirekt oder über Dritte bei Brand Partnern oder Kunden von Young Living für die Teilnahme an Network Marketing-Geschäften zu werben und/oder sie anzuwerben, die ähnliche oder alternative Produkte oder Dienstleistungen oder Geschäftsmöglichkeiten wie die von Young Living angebotenen anbieten, unabhängig davon, wer den Kontakt initiiert.
- Brand Partnern ist es während der Laufzeit dieser Vereinbarung und für einen Zeitraum von zwölf Monaten nach Beendigung dieser Vereinbarung untersagt, Produkte, Dienstleistungen oder konkurrierende Geschäfte, die nicht von Young Living stammen, zu bewerben und/oder anzubieten, weder in Verbindung mit dem Angebot von Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftsmöglichkeiten von Young Living noch bei Meetings, Seminaren, Produkteinführungen, Kongressen oder anderen Veranstaltungen von Young Living.

Die Begriffe „anwerben“ oder „Anwerbung“ bedeuten:

- (i) Eine Einzelperson oder ein Unternehmen zum Beitritt oder zur Teilnahme an einem Geschäft, Programm oder einer Organisation anzumelden, zu sponsern, anzuwerben oder einzuladen oder dies zu versuchen;
- (ii) Eine Einzelperson oder ein Unternehmen anzuwerben, zu beeinflussen oder zu ermutigen, ein Unternehmen, ein Programm oder eine Organisation zu bewerten, diesem beizutreten oder daran teilzunehmen oder dies zu versuchen; oder
- (iii) Ein Unternehmen, ein Programm, eine Organisation oder deren Produkte einer Einzelperson oder einem Unternehmen vorzustellen oder an der Präsentation dieser Produkte teilzunehmen oder daran mitzuhelfen. Aktivitäten, die als Abwerbung und/oder Anwerbung gelten, verstoßen gegen diesen Abschnitt, und zwar unabhängig davon, ob die abgeworbene und/oder angeworbene Person oder das angeworbene Unternehmen ihre Geschäftsbeziehung mit Young Living beendet oder ändert und unabhängig davon, ob die abgeworbene und/oder angeworbene Person oder das angeworbene Unternehmen sich bereit erklärt, Unternehmen, Programmen oder Organisationen beizutreten, die nicht zu Young Living gehören, oder diese oder deren Produkte zu bewerten. Bei einer Aktivität handelt es sich um Anwerbung und/oder Rekrutierung, unabhängig davon, ob diese direkt durch persönlichen Kontakt (einschließlich, aber nicht beschränkt auf direkte elektronische Kontaktaufnahme oder persönliche Gespräche) oder indirekt über Dritte oder auf sonstige Weise erfolgt. Das Abwerben und/oder Anwerben von Brand Partnern oder Kunden von Young Living stellt einen Verstoß gegen die Vereinbarung dar, unabhängig davon, ob die Person oder das Unternehmen bekannterweise Brand Partner oder Kunde ist.

Indem er gegen eine der Bestimmungen dieses Abschnitts zum Abwerbe- und Anwerbungsverbot verstößt, kündigt ein Brand Partner (i) freiwillig sein Konto, und zwar mit Wirkung vom Datum des Verstoßes, und (ii) verliert damit sämtliche auszahlbaren Einkünfte, Provisionen und/oder Boni für den Zeitraum, in dem der Verstoß begangen wurde. Wenn Young Living einem Brand Partner nach dem Datum des Verstoßes eine Entschädigung zahlt, wird die gesamte nach dem Verstoß gezahlte Entschädigung an Young Living zurückerstattet.

Darüber hinaus muss jeder Brand Partner, der gegen diesen Abschnitt verstößt, Young Living Rechenschaft über sämtliche Abwerbe- und Anwerbungsaktivitäten

sowie über sämtliche Gewinne, Vergütungen, Provisionen, Entschädigungen oder andere Vorteile ablegen, die sich direkt oder indirekt aus diesen Aktivitäten ergeben oder mit ihnen in Zusammenhang stehen. Jeder Brand Partner, der gegen diesen Abschnitt verstößt, ist verpflichtet, sämtliche Gewinne, Vergütungen, Provisionen, Entschädigungen oder andere Vorteile an Young Living herauszugeben und ist gegenüber allen anderen Brand Partnern für sämtliche negativen finanziellen Auswirkungen verantwortlich, die diese Aktivitäten für diese Brand Partner haben.

Young Living kann die Durchsetzung dieses Abschnitts sowohl durch Unterlassungsansprüche als auch durch die Geltendmachung von Schadensersatz oder anderen finanziellen Entschädigungen beantragen. Alle diese Rechtsmittel sind kumulativ und schließen sich gegenseitig nicht aus. Ungeachtet anderer Bestimmungen der Vereinbarung kann Young Living diesen Abschnitt nach eigenem Ermessen durch Klage vor einem zuständigen Gericht in Utah, durch Mediation oder Schiedsverfahren oder eine Kombination dieser Verfahren durchsetzen.

3.11.2. Leadership Wettbewerbsverbot

Um die Identität und Integrität der Marke Young Living zu schützen und als Bedingung der Vereinbarung verstehen und verpflichten sich Brand Partner, die einen der Leadership Ränge von Diamond oder höher erreicht haben, dazu, sich an keinen anderen Network-Marketing-Geschäften zu beteiligen.

Allerdings kann jeder Brand Partner, einschließlich Diamond oder höher, frei an Partnerprogrammen (Affiliate Programmen) teilnehmen, solange es sich bei den Partnerprodukten nicht um ätherische Öle oder Nahrungsergänzungsmittel handelt, die mit den Produkten von Young Living konkurrieren, und sofern die Partnerprodukte über Empfehlungsmarketing oder an einzelne Kunden verkauft werden und keine mehrstufige Verkaufsvergütung beinhalten.

Darüber hinaus darf jeder Brand Partner, einschließlich Brand Partner mit Diamond Rang oder höher, Produkte von anderen Multi-Level-Marketing-, Partyplanungs- oder sonstigen Direktvertriebsunternehmen ausschließlich für den persönlichen Gebrauch erwerben.

Brand Partner in den Leadership Rängen wie Diamond oder höher können auch alle nicht zum Networking-Marketing gehörenden Geschäftsaktivitäten separat und getrennt von ihrem Young Living Brand Partner Konto und -geschäft betreiben und dürfen den oben genannten Abschnitt 3.11.1 zur Abwerbung und Anwerbung nicht verletzen.

Insbesondere gilt für Brand Partner, die während der Laufzeit der Vereinbarung den Leadership-Rang Diamond oder höher erreicht haben:

- a. Werbematerialien, Verkaufshilfen, Produkte oder Dienstleistungen („Werbematerialien“) von Young Living dürfen nicht zusammen mit oder am selben physischen oder elektronischen/Online-Standort wie Werbematerialien anzeigen, die nicht von Young Living stammen, oder in einer Weise oder einem Format, das es dem Betrachter ermöglicht, Werbematerialien von Young Living und Werbematerialien, die nicht von Young Living stammen, gleichzeitig anzuzeigen. Es dürfen zum Beispiel keine Werbematerialien von Young Living und Werbematerialien anderer Hersteller auf derselben Website, demselben Blog, Tweet, Post, Social Media-Konto, Text, Broschüre oder anderem gedruckten Marketingmaterial, Schildern oder elektronischen oder sonstigen Kommunikationsmitteln präsentieren.
- b. Potenziellen oder bestehenden Kunden oder Brand Partnern von Young Living dürfen keine Programme, Gelegenheiten, Produkte oder Dienstleistungen von Young Living in Verbindung mit Programmen, Gelegenheiten, Produkten oder Dienstleistungen angeboten werden, die nicht von Young Living stammen; und bei Meetings, Seminaren, Kongressen, Webinaren, Telefonkonferenzen oder anderen Veranstaltungen mit Bezug zu Young Living dürfen keine Programme, Gelegenheiten, Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, die nicht von Young Living stammen.

Das Erreichen des Ranges Diamond und höher ist sehr prestigeträchtig und bietet diesen Elite-Level Brand Partnern Zugriff auf zusätzliche vertrauliche und Geschäftsgeheimnisse von Young Living sowie Unterstützung und Vergütung. Wenn ein Brand Partner den Rang Diamond oder höher erreicht hat, darf dieser Young Living Brand Partner dementsprechend für die verbleibende Laufzeit der Brand Partner Vereinbarung und für einen Zeitraum von sechs Monaten danach weder direkt noch indirekt als Berater, Angestellter, Vertreter, Partner, Verkäufer, Vertriebshändler oder Eigentümer oder für ein anderes Multi-Level-Marketing-, Partyplanungs- oder anderes Direktvertriebsunternehmen tätig sein, unabhängig von der Art der von diesem Unternehmen angebotenen Produkte oder Dienstleistungen. Diese Einschränkung gilt für alle geografischen Märkte, die der Brand Partner (oder die Geschäftsorganisation des Brand Partners) betreut hat oder in denen der Brand Partner (oder die Vertriebsorganisation des Brand Partners) während der Laufzeit der Vereinbarung physisch tätig war.

Brand Partner mit dem Rang Associate bis Platinum dürfen anderen Network-Marketing Unternehmen beitreten und diese betreiben und/oder andere Geschäftsmöglichkeiten nutzen, die keine ätherischen

Ölprodukte oder Nahrungsergänzungsmittel anbieten, die in direktem Wettbewerb mit den Nahrungsergänzungsmitteln von Young Living stehen, vorausgesetzt, sie verstoßen nicht gegen die Abschnitte 3.11.1 zum Abwerbe- und Anwerbungsverbot.

3.11.3 Andere Direktverkäufer angehen

Young Living duldet nicht, dass Brand Partner gezielt oder bewusst die Vertriebspartner eines anderen Direktvertriebsunternehmens ansprechen, um Young Living-Produkte zu verkaufen oder Brand Partner von Young Living zu werden. Ebenso wenig duldet Young Living es, wenn Vertriebspartner aus dem Team eines anderen Direktvertriebsunternehmens dazu angeregt oder verlockt werden, die Bedingungen ihres Vertrags mit dem betreffenden anderen Unternehmen verletzen.

3.11.4 Interne Abwerbung

Tatsächliches oder versuchtes internes Abwerben oder Sponsoring ist streng verboten und wird nicht toleriert. „Interne Abwerbung“ wird definiert als:

- (a) Die indirekte oder anderweitige Abwerbung und/oder Einschreibung einer Einzelperson oder eines Unternehmens, die/das bereits eine derzeitige Brand Partnerschaft mit Young Living hat oder die/das innerhalb der letzten sechs (6) Kalendermonate eine Vereinbarung mit einer anderen Sponsoren-Linie hatte;
- (b) Die Schulung aktueller Young Living Brand Partner aus anderen Sponsoren-Linien im Hinblick auf den unzulässigen Sponsorenwechsel, um deren Wechsel zu der eigenen Organisation zu erleichtern; oder
- (c) Die Unterstützung, Förderung oder Erleichterung der unter (a) oder (b) dieser Definition beschriebenen Handlungen. Die Verwendung des Namens eines Ehepartners oder Verwandten, von Handelsnamen, DBAs (Doing Business As), angenommenen Namen, Unternehmen, Trusts, Ausweisnummern oder fiktiven Ausweisnummern zur Umgehung dieser Richtlinie ist streng verboten.

Man darf keinen anderen Brand Partner von Young Living erniedrigen, in Verruf bringen oder diffamieren, insbesondere nicht, um einen anderen Brand Partner dazu bewegen, Teil der eigenen Vertriebsorganisation zu werden. Young Living behält sich das Recht vor, Vertriebsorganisationen bei Nichteinhaltung dieser Richtlinien aufzulösen.

3.11.5 Kauf zum Zwecke des Erhalts von Boni und Horten

Das Geschäftsmodell von Young Living basiert auf dem Prinzip, dass 100 % der Verkäufe von Young Living durch den Verkauf an und/oder den Verbrauch durch Endverbraucher erfolgen, die Young Living-Produkte ausschließlich aufgrund der Qualität der Produkte selbst kaufen. Jedes Mittel oder Plan, mit dem ein Brand Partner direkt, indirekt oder über Dritte den Kauf eines Produkts ausschließlich zum Zwecke der Qualifizierung für Boni oder Provisionen veranlasst, stellt einen Betrug seitens des Brand Partners dar und ist ein Verstoß gegen diese Vereinbarung. Um die Einhaltung der örtlichen Regulierungen zu gewährleisten, sind die folgenden Aktivitäten streng und absolut verboten und können zur Kündigung der Vereinbarung führen:

- a. Das Einschreiben von Personen oder Unternehmen ohne deren Wissen;
- b. Die Vereinbarung für eine andere Person oder ein Unternehmen ohne deren Wissen zu unterschreiben;
- c. Das betrügerische Einschreiben einer Person oder eines Unternehmens als Brand Partner oder Kunde;
- d. Das Einschreiben oder der Versuch nicht existierende Personen oder Unternehmen als Brand Partner oder Kunden (Phantome) einzuschreiben; oder
- e. Das Versuchen, Provisionen, Boni oder andere Vergütungen zu erhöhen, indem man(i) Brand Partner der eigenen Vertriebsorganisation finanziell unterstützt, (ii) Produkte über das Konto eines anderen Brand Partners kauft oder (iii) Direktversand über das Konto eines anderen Brand Partners durchführt.
- f. Die unsachgemäße oder unerlaubte Verwendung einer Kreditkarte, eines PayPal-Kontos oder einer anderen Zahlungsmethode zum Zwecke des Bonuskaufs oder der Provisionsqualifizierung für oder im Namen eines anderen Brand Partners, wenn dieser Brand Partner oder Kunde nicht der Kontoinhaber/Besitzer dieser Kreditkarte, dieses PayPal-Kontos oder dieser anderen Zahlungsmethode ist;
- g. Der Kauf von mehr Produkten, als man vernünftigerweise verbrauchen oder weiterverkaufen kann, um Provisionen, Boni oder andere Vergütungen zu erhalten;
- h. Das Anweisen anderer Brand Partner, Produkte ausschließlich mit dem Ziel zu kaufen, dass jemand die Qualifikationsanforderungen des Vergütungsplans erfüllt.

3.12 Internationale Geschäftstätigkeit

Die Einhaltung ausländischer Gesetze zu geistigem Eigentum, Datenschutz und -sicherheit, Zoll, Wirtschaftssanktionen, Exportkontrollen, Steuern, Literaturinhalten und anderen Direktverkaufsrichtlinien ist für die erfolgreiche internationale Expansion von Young Living in neue Märkte von entscheidender Bedeutung. Folglich sind Brand Partner nur in Ländern oder Rechtsräumen, in denen Young Living geschäftlich tätig sein darf, wie in den offiziellen Young Living Materialien aufgeführt, zum Verkauf und zur Einschreibung anderer Brand Partner befugt und nur unter Einhaltung dieser Vereinbarung sowie der Richtlinien und Verfahren dieser Länder und anderer anwendbarer Gesetze. Nicht autorisierte Aktivitäten vor der offiziellen Markteröffnung können die Fähigkeit von Young Living gefährden, in einen neuen Markt einzutreten und können für viele andere Brand Partner zu entgangenen Chancen führen. Aufgrund der möglichen schwerwiegenden Konsequenzen kann Young Living die Vereinbarung mit Brand Partnern kündigen, die sich an nicht autorisierten Aktivitäten vor einer offiziellen Markteröffnung beteiligen. Brand Partner sind nicht berechtigt, Produkte, Handelsnamen, Warenzeichen, Patente, Webdomänen oder IP-Adressen in irgendeinem Land für oder im Namen von Young Living zu registrieren. Brand Partner erklären sich damit einverstanden, Young Living für alle Aktivitäten ihrerseits schadlos zu halten, die Young Living schädigen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf entgangenen Gewinn, Verlust von Geschäftswert, jegliche Schäden und angemessene Anwaltskosten.

Young Living Brand Partner dürfen keine Bestellungen für Lieferungen in Länder oder Rechtsräume aufgeben oder auf andere Weise Young Living-Produkte dorthin übertragen, weiterverkaufen oder re-exportieren, die nach US-amerikanischem Recht einem umfassenden Embargo unterliegen oder die anderweitig nicht von Young Living genehmigt sind. Young Living behält sich das Recht vor, die Vereinbarung mit Young Living Brand Partnern, die gegen diese Bedingungen verstoßen, ohne Vorankündigung und ohne Haftung gegenüber dem Young Living Brand Partnern zu kündigen.

Brand Partner, die Produkte verkaufen und neue Personen in einem von Young Living offiziell als offenes Land erachteten Markt sponsern möchten, müssen Folgendes tun:

- In gutem Ansehen im Land des Wohnsitzes des Brand Partners stehen.
- Die Vereinbarung, die für das betreffende Land gilt lesen, verstehen und sich an diese halten.
- Zustimmung, sich an alle entsprechenden

Gesetze in diesem Land zu halten.

- Etwaigen für das jeweilige Land erforderlichen Steuerabzügen zustimmen.

Nur Produkte, die für den Verkauf in Europa registriert sind, dürfen in Europa beworben und verkauft werden.

Brand Partner dürfen weltweit an andere Brand Partner verkaufen, diese sponsern und/oder neue Brand Partner einschreiben, jedoch nur in Ländern, für die Young Living zuvor eine schriftliche Genehmigung erteilt hat.

Bitte beachten, dass die Produktverfügbarkeit in Ländern, deren Einwohner Produkte auf „Nicht zum Weiterverkauf bestimmt“-Basis (NFR) kaufen, unterschiedlich sein kann. In bereits erschlossenen Märkten dürfen nur Produkte beworben und verkauft werden, die im jeweiligen Land zum Verkauf zugelassen sind. Außerdem müssen derartige Verkäufe allen Genehmigungen von Young Living sowie den Bedingungen und Richtlinien für den Verkauf in diesen Ländern entsprechen. Brand Partner dürfen keine Produkte in Länder importieren, in die deren Einfuhr oder der Verkauf nicht legal ist. Brand Partner erklären sich damit einverstanden, alle Gesetze in allen Ländern einzuhalten, in denen sie andere Brand Partner sponsern, einschließlich, aber nicht beschränkt auf alle Direktverkaufsgesetze, alle Abwerbeengesetze, alle Werbeengesetze, alle Schadensgesetze, alle Steuergesetze und alle anderen Gesetze, die für den Betrieb einer Vertriebsorganisation im Ausland gelten.

Jeder Brand Partner, dessen Wohnsitz nicht in den Vereinigten Staaten ist, versteht und akzeptiert, dass alle Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit dem Young Living Geschäft dieses Brand Partners erbracht werden, außerhalb der Vereinigten Staaten erbracht werden. Brand Partner, die in Verbindung mit ihrem Young Living Geschäft Dienstleistungen innerhalb der Vereinigten Staaten erbringen, müssen Young Living innerhalb von 30 Tagen nach Erbringung dieser Dienstleistungen unter usbusinessstrips@youngliving.com kontaktieren, um die Zeit zu melden, die sie in Verbindung mit ihrem Brand Partner Konto für Geschäftsaktivitäten in den Vereinigten Staaten verbracht haben.

3.13 Not For Resale (NFR) Produkte (Produkte, die nicht für den Wiederverkauf geeignet sind)

In manchen Ländern können Brand Partner oder Kunden Produkte von Young Living auf nicht zum Weiterverkauf bestimmter Basis (NFR) erwerben. Beim Kauf von NFR Produkten ist es gesetzlich verboten, diese weiter zu verkaufen.

Die Verfügbarkeit von NFR Produkten kann je nach Land variieren.

3.14 Antikorruption

Brand Partner und ihre Vertreter, Mitarbeiter oder Berater dürfen keinem Regierungsbeamten oder -mitarbeiter, keiner politischen Partei oder keinem Kandidaten für ein politisches Amt (kollektiv als „Politischer Empfänger“ bezeichnet) Geld oder sonstige Wertgegenstände zahlen oder geben, anbieten oder versprechen, diese zu zahlen oder zu geben – oder einer Person, wenn sie wissen oder Grund zu der Annahme haben, dass das gesamte oder ein Teil dieses Geldes oder dieser Wertgegenstände direkt oder indirekt an einen Politischen Empfänger gezahlt oder gegeben oder diesem angeboten oder versprochen wird, um einen unfairen Vorteil zu erlangen oder eine Handlung oder Entscheidung eines Politischen Empfängers zu beeinflussen oder einen Politischen Empfänger zu veranlassen, seinen Einfluss bei der Regierung oder deren Einrichtungen zu nutzen, um eine Handlung oder Entscheidung dieser Regierung oder Einrichtungen zu bewirken oder zu beeinflussen; und der Brand Partner muss seine Mitarbeiter, leitenden Angestellten, Vertreter und Unterberater veranlassen, dasselbe zu tun.

3.15 Umpacken, Umetikettierung und Qualitätskontrolle

Brand Partnern ist es nicht gestattet, Young Living® Produkte umzuetikettieren, die Etiketten zu verändern, neu zu verpacken oder nachzufüllen. Young Living's Produkte müssen immer in ihren originalen Behältern verkauft werden. Brand Partner dürfen nicht Seriennummern, UPC-Codes, Chargen- oder Loscodes oder andere identifizierende Informationen auf Produkten oder Verpackungen entfernen, unkenntlich machen oder verändern. Brand Partner müssen bei der Untersuchung und Lösung jeglicher Qualitäts- oder Kundendienstprobleme im Zusammenhang mit dem Verkauf von Young Living Produkten mit Young Living zusammenarbeiten, einschließlich der Offenlegung von Informationen hinsichtlich Produktquellen, Versand und Handhabung. Brand Partner dürfen den Inhalt von Etiketten oder Begleitdokumenten zu den Produkten nicht entfernen, übersetzen oder ändern, es sei denn, sie werden von Young Living dazu aufgefordert. Brand Partner müssen alle Anweisungen von Young Living hinsichtlich der richtigen Pflege, Lagerung und Handhabung der Produkte befolgen. Insbesondere müssen alle Young Living-Produkte an einem kühlen, trockenen Ort und vor direkter Sonneneinstrahlung geschützt gelagert werden. Brand Partner sollten den Young Living Lagerbestand regelmäßig auf Produkte überprüfen,

die abgelaufen sind oder innerhalb von 60 Tagen ablaufen, und solche Produkte nicht verkaufen. Brand Partner müssen den Kunden aktuelle Kontaktdaten zur Verfügung stellen und diese darauf hinweisen, dass sie vor und nach dem Verkauf von Produkten für Fragen, Beratung und die Bearbeitung von Kundenanliegen zur Verfügung stehen. Brand Partner müssen alle Fragen oder Bedenken ihrer Kunden bezüglich Produktinformationen, ordnungsgemäßer Verwendung oder andere Anfragen beantworten. Bei der Beantwortung von Fragen oder Bedenken von Kunden empfiehlt Young Living seinen Brand Partnern, die Materialien von Young Living zu nutzen, verfügbare Schulungstools zu verwenden oder sich direkt an Young Living zu wenden. Brand Partner müssen im Rahmen von Produktrückrufen oder andere Bemühungen zur Verbreitung von Informationen zur Verbrauchersicherheit mit Young Living zusammenarbeiten.

Young Living empfiehlt seinen Brand Partnern dringend, Young Living-Produkte nicht als Inhaltsstoffe oder Komponenten in Produkten zum Weiterverkauf zu verwenden. Wenn ein Brand Partner Produkte von Young Living als Inhaltsstoff eines Produkts zum Weiterverkauf verwendet, ist es dem Brand Partner strengstens untersagt, das Markenzeichen oder Logos von Young Living im Zusammenhang mit dem Verkauf eines solchen Produkts zu verwenden. Eine solche Umetikettierung oder Umverpackung könnte schwerwiegende strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Young Living kann jedem Brand Partner, der gegen diesen Abschnitt verstößt, das Konto kündigen oder andere von Young Living für angemessen erachtete Maßnahmen ergreifen.

Umetikettierung oder Umverpackung könnte schwerwiegende strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen. Young Living kann jedem Brand Partner, der gegen diesen Abschnitt verstößt, das Konto kündigen oder andere von Young Living für angemessen erachtete Maßnahmen ergreifen. Darüber hinaus erklären sich Brand Partner damit einverstanden, Young Living von jeglichem Schaden freizustellen, der aus der Verwendung von Young Living Produkten als Inhaltsstoff und/oder der Umverpackung oder Neuetikettierung jeglicher seiner Produkte entsteht, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Verwendung von Young Living Produkten als Inhaltsstoff und die Umverpackung oder Neuetikettierung jeglicher seiner Produkte.

3.16 Vertraulichkeitsvereinbarung

Während der Laufzeit dieser Vereinbarung kann Young Living vertrauliche oder geschützte Informationen bereitstellen. Dazu gehören unter anderem genealogische- und Organisationsberichte,

Kundenlisten, von Young Living oder von Brand Partnern für und im Auftrag von Young Living entwickelte Kundeninformationen (einschließlich, jedoch nicht beschränkt auf Kunden- und Brand Partner-Profile, personenbezogene Daten und Produktkaufinformationen), Brand Partner-Listen, Hersteller- und Lieferanteninformationen, Geschäftsberichte, Provisions- oder Verkaufsberichte, Marketingstrategien und -pläne, Produktformeln, Produktinformationen, Werbeinformationen und andere Finanz- und Geschäftsinformationen („Vertrauliche Informationen“).

Young Living übernimmt keine Garantie dafür, dass diese vertraulichen Informationen vollständig, richtig, von zufriedenstellender Qualität oder für irgendeinen Zweck geeignet sind und Brand Partner erklären sich damit einverstanden, die vertraulichen Informationen von Young Living „im Ist-Zustand“ zu akzeptieren. Mit der Offenlegung der vertraulichen Informationen verpflichtet sich Young Living nicht, zusätzliche Informationen bereitzustellen, um die vertraulichen Informationen zu aktualisieren oder etwaige Ungenauigkeiten zu korrigieren.

Alle vertraulichen Informationen (ob in schriftlicher, mündlicher oder elektronischer Form) werden streng vertraulich und nur nach dem Need-to-know-Prinzip an Brand Partner weitergegeben und dürfen nur im Young Living Geschäft des jeweiligen Brand Partners für Young Living-Produkte und in Übereinstimmung mit der Vereinbarung verwendet werden.

In bestimmten Fällen (zum Beispiel im Rahmen von Werbeinformationen, die hochrangigen Brand Partnern im Vorfeld der jeweiligen Werbeaktion zur Verfügung gestellt werden) dürfen Brand Partner diese Informationen nicht innerhalb der eigenen Vertriebsorganisation weitergeben, bis Young Living die Werbeaktion allen Brand Partnern bekannt gibt.

Brand Partner dürfen die vertraulichen Informationen nur in strikter Übereinstimmung mit den Bedingungen und Einschränkungen verwenden und offenlegen, die Young Living von Zeit zu Zeit verlangen kann. Dazu gehört auch die Einschränkung der Offenlegung von Werbeinformationen, bis Young Living diese Informationen allen Brand Partnern allgemein zugänglich macht. Brand Partner dürfen vertrauliche Informationen weder verwenden noch preisgeben, um mit Young Living in Wettbewerb zu treten, noch für andere Zwecke als die Bewerbung von Produkten und Dienstleistungen von Young Living. Brand Partner müssen angemessene Sicherheitsvorkehrungen treffen und aufrechterhalten, um die vertraulichen Informationen zu schützen, und dürfen diese weder direkt noch indirekt an Dritte weitergeben, es sei denn, eine solche Weitergabe wurde von Young Living ausdrücklich schriftlich genehmigt oder ist gesetzlich

vorgeschrieben. Jeder Brand Partner erklärt sich damit einverstanden, Young Living von allen Schäden freizustellen, die durch die unbefugte Offenlegung vertraulicher Informationen entstehen.

Bei Stornierung, Ablauf oder Kündigung der Vereinbarung durch eine der Parteien aus beliebigen Gründen muss jeder Brand Partner die Nutzung dieser vertraulichen Informationen einstellen und sämtliche in seinem Besitz befindlichen vertraulichen Informationen vernichten oder unverzüglich an Young Living zurückgeben. Ohne die in diesem Abschnitt dargelegten Verpflichtungen des Brand Partners einzuschränken, kann Young Living außerdem eine unterzeichnete Geheimhaltungsvereinbarung verlangen, bevor Geschäftsinformationen an Brand Partner weitergegeben werden und kann von Brand Partner eine Bestätigung verlangen, dass sie bei Kündigung ihrer Konten sämtliche vertraulichen Informationen zurückgegeben oder vernichtet haben.

Im Falle einer Stornierung, eines Ablaufs oder einer Kündigung der Vereinbarung durch eine der Parteien aus irgendeinem Grund bleiben die in diesem Abschnitt enthaltenen Verpflichtungen bestehen und unterliegen einer einstweiligen Verfügung, Schadensersatzansprüchen und allen anderen verfügbaren Rechtsmitteln. Brand Partner erklären sich weiterhin damit einverstanden, dass Young Living im Falle des Obsiegens bei einem Gerichtsverfahren zur Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt Anspruch auf Erstattung aller Kosten und angemessenen Anwaltshonorare hat, die bei der Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt entstehen.

3.17 Autorisierung Fotos und Videos aufzunehmen und zu nutzen

Brand Partner von Young Living erklären sich damit einverstanden, dass ihr Bild bei verschiedenen von Young Living gesponserten Events von Young Living-Mitarbeitern auf Fotos oder Videos festgehalten wird und dass Young Living diese Bilder nach eigenem Ermessen in Werbe- und Marketingmaterialien verwenden darf. Brand Partner werden für diese Nutzung nicht bezahlt. Brand Partner, die aus religiösen oder moralischen Gründen Einwände dagegen haben, fotografiert zu werden oder in Videos zu erscheinen, müssen dies einem Mitarbeiter von Young Living bei der Veranstaltung mitteilen, bei der Fotos und Videos aufgenommen werden. Die Bestimmungen dieses Abschnitts bleiben auch nach Ablauf der Laufzeit dieser Vereinbarung dauerhaft gültig.

Brand Partner geben Young Living ihre Zustimmung:

- Für das Speichern von Kopien des Fotos für bestimmte Zwecke oder
- dass das Foto und die Kontaktdaten an einen Bestimmungsort außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) übermittelt oder an einem Bestimmungsort außerhalb des EWR, beispielsweise in die USA, gespeichert werden. Für die Nutzung werden Brand Partner nicht bezahlt.

3.18 Rangaufsteiger

Der Young Living Kompensationsplan sieht Vergütung je nach Rang und den im Plan vorgesehenen Kriterien vor. Jeden Monat können sich Brand Partner je nach ihrem Rang für den Erhalt von Verkaufsprovisionszahlungen qualifizieren. Brand Partner werden von Young Living auf unterschiedliche Weise und zu unterschiedlichen Zeitpunkten anerkannt, wenn sie bestimmte Ränge erreichen. Um einen Rang (wie von Young Living definiert) zu erhalten und von dessen Vorteilen zu profitieren, müssen Brand Partner die Mindestanforderungen erfüllen, um sich innerhalb des monatlichen Zeitraums für diesen Rang (oder höher) zu qualifizieren, und ihr Konto muss aktiv sein und in gutem Ansehen stehen.

Die Voraussetzungen für die Teilnahme an Retreats zur Anerkennung („Recognition Retreats“) und die Einladung dazu bzw. für besondere Belohnungen, Anreize oder Events werden auf Youngliving.com veröffentlicht.

3.19 Nicht-Exklusivität

Young Living gewährt Brand Partnern nicht, weder einzeln noch als Gruppe, ein exklusives Gebiet oder exklusive Rechte für einen Vertriebskanal für die Produkte oder Dienstleistungen von Young Living. Brand Partner sind zudem nicht verpflichtet, Franchisegebühren zu zahlen. Young Living behält sich das Recht vor, seine Produkte und Dienstleistungen über alle Vertriebskanäle und Gebiete anzubieten, einschließlich, aber nicht beschränkt auf seine Website für digitalen Handel und andere Unternehmen (z.B. E-Commerce-Plattform) oder andere Vertriebskanäle.

3.20 Verunglimpfung, Belästigung und Datenschutz von Angestellten

Brand Partnern ist es nicht erlaubt, Young Living, andere Brand Partner, Mitarbeiter oder Führungskräfte von Young Living oder die Gründer von Young Living herabzusetzen, zu verleumden oder zu diffamieren. Sie dürfen jedoch ehrliche Bewertungen

der Produkte und Dienstleistungen von Young Living abgeben, einschließlich negativer Bewertungen, und zwar sowohl mündlich als auch schriftlich, ohne gegen diese Klausel zu verstoßen, solange die Bewertungen zutreffend, ehrlich und nicht irreführend sind. Bewertungen von Young Living-Produkten oder -Dienstleistungen durch Young Living Brand Partner dürfen außerdem nicht verleumderisch, belästigend, beleidigend, obszön, vulgär, sexuell explizit oder im Hinblick auf Rasse, Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit oder andere inhärente Eigenschaften unangemessen sein.

Young Living wird nicht tolerieren, wenn Angestellte (die für den Zweck dieses Abschnittes 3.20 und für zweifelsfreies Verständnis auch Young Livings Führungspersonal beinhalten) belästigt, online gestalkt oder sonst wie behelligt werden. Young Living bittet seine Brand Partner daran zu denken, dass Young Livings Angestellte ein Privatleben, persönliche Meinungen und Privatsphäre außerhalb ihres Angestelltenverhältnisses mit dem Unternehmen haben. Angestellte sprechen nicht für die Firma, wenn es in persönlichen E-Mails, in ihren Social Media Konten, Telefongesprächen etc. geschieht. Selbst wenn Angestellte in ihrer Funktion als Young Living Angestellte sprechen, sind diese Angestellte nur Menschen und machen als solche ggf. Fehler oder wählen vielleicht nicht die passenden Worte. Young Living bittet die Brand Partner nicht nur untereinander Freundlichkeit zu zeigen, sondern auch, wenn sie mit Angestellten des Unternehmens zu tun haben.

Brand Partnern, die Young Living Angestellte persönlich angreifen oder beschimpfen, drohen Disziplinarmaßnahmen unter diesen Richtlinien und Verfahren. Zusätzlich wird erwartet, dass Brand Partner aller Ränge sich an die zuständigen Kanäle des Unternehmens wenden, um Probleme zu lösen oder Feedback zu geben (also die Kundenservice Teams, den Diamond Support etc.) und nicht Angestellte direkt zu kontaktieren.

Eine Verletzung dieses Abschnittes stellt einen substanziellen Bruch der Brand Partner Vereinbarung dar und kann dazu führen, dass Young Living die Brand Partner Vereinbarung des entsprechenden Brand Partners terminiert.

Die in diesem Abschnitt enthaltenen Verpflichtungen bleiben auch nach Beendigung dieser Vereinbarung bestehen und können durch einstweilige Verfügung, Schadensersatz und alle anderen verfügbaren Rechtsmittel gerichtlich durchgesetzt werden. Die Brand Partner verstehen und stimmen außerdem zu, dass Young Living, wenn es in einem Gerichtsverfahren zur Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt obsiegt, Anspruch auf Erstattung aller Kosten und angemessenen Anwaltshonorare hat, die bei der Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt anfallen.

3.21 Autorisierung zu Transfer und Freigabe personenbezogener Daten

Um Ihre Vertriebsorganisation zu unterstützen, ermächtigen Brand Partner Young Living, personenbezogene und/oder vertrauliche Informationen offenzulegen, die Brand Partner Young Living im Rahmen Ihrer Vertriebsorganisation zur Verfügung gestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Aktivitäten als Brand Partner entwickelt haben. Brand Partner ermächtigen Young Living, diese Informationen an seine Mutter- und Tochterunternehmen sowie an die Upline des Brand Partners weiterzugeben und offenzulegen, um eine angemessene Upline-Unterstützung für den Brand Partner und seine Vertriebsorganisation sicherzustellen, sowie an zuständige Regierungsbehörden oder Aufsichtsbehörden, falls dies gesetzlich vorgeschrieben ist. Brand Partner ermächtigen Young Living außerdem, ihre persönlichen Kontaktinformationen an Brand Partner Ihrer Downline weiterzugeben.

Darüber hinaus berechtigen Brand Partner Young Living, ihre persönlichen Daten für die Anerkennung von Brand Partnern und für Marketingmaterialien zu verwenden.

4. Neue Brand Partner sponsern

4.1 Sponsoring

Alle Brand Partner sind berechtigt, neue Brand Partner und/oder Kunden einzuschreiben und zu sponsern. Wenn zwei Brand Partner behaupten, Sponsor und/oder Einschreiber desselben neuen Brand Partners/Kunden zu sein, hat der neue Brand Partner/Kunde das Recht sich, innerhalb von 30 Tagen, für einen der beiden zu entscheiden.

Beim Einschreiben/Sponsoring eines neuen Brand Partners muss darauf geachtet werden, die neuesten Richtlinien und Verfahren zu präsentieren, oder sicherzugehen, dass der neue Brand Partner Online die Richtlinien und Verfahren einsehen kann.

4.2 Online Einschreibungen

Der Sponsor kann einem neuen Brand Partner assistieren, Formulare oder die Onlineanmeldung auszufüllen, der neue Brand Partner muss aber persönlich und bewusst die Anmeldung die

Vereinbarung lesen und akzeptieren. Brand Partner können nicht die Onlineanmeldung für den neuen Brand Partner ausfüllen und die Vereinbarung akzeptieren.

4.3 Datenschutz

Brand Partner müssen alle von Brand Partnern und Kunden im Rahmen ihres Geschäftsbetriebs bereitgestellten personenbezogenen und privaten Informationen gemäß der Datenschutzrichtlinie von Young Living schützen. Dem Brand Partner ist es nicht gestattet, die personenbezogenen Informationen zu verkaufen oder sie anderweitig für Zwecke außerhalb der in dieser Vereinbarung vorgesehenen Geschäftsbeziehung aufzubewahren, zu verwenden oder offenzulegen.

Darüber hinaus verpflichtet sich der Brand Partner, die personenbezogenen Informationen gemäß den folgenden Richtlinien zur Datenspeicherung zu verwenden und zu speichern:

- Papierkopien der personenbezogenen Informationen müssen an einem sicheren Ort aufbewahrt werden, auf den nur der Brand Partner zugreifen kann, wenn möglich in einem verschlossenen Schrank.
- Elektronische Kopien der personenbezogenen Informationen können sich nur auf passwortgeschützten Computern, Laptops und Geräten befinden, auf die der Brand Partner exklusiven Zugriff hat.
- Brand Partner müssen auf Geräten, auf denen personenbezogene Informationen gespeichert sind, angemessene Sicherheitsvorkehrungen treffen, einschließlich der Verwendung von Virenschutz- und Anti-Malware-Software und aktuellen Software-Patches.
- Wenn das Speichern elektronischer Dokumente erforderlich ist, sollten Brand Partner personenbezogene Informationen auf passwortgeschützten Computern, Laptops und Geräten speichern, auf die nur der Brand Partner Zugriff hat, und nicht auf unverschlüsselten tragbaren Speichergeräten wie Speichersticks, externen Festplatten usw.

Brand Partner müssen die Privatsphäre ihrer Vertriebsorganisation respektieren, alle E-Mails oder sonstigen Opt-out-Möglichkeiten ihrer Vertriebsorganisation akzeptieren und die Daten aus Kontaktlisten oder Datensammlungen entfernen. Personenbezogene Daten (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Adressen, E-Mails usw.), die der Brand Partner über Young Living-Quellen (z. B. Virtual Office, Genealogieberichte usw.) erhält, dürfen nur

für Zwecke im Zusammenhang mit der Verantwortung als Sponsor verwendet werden, es sei denn, der Brand Partner erhält die ausdrückliche Zustimmung eines Brand Partners/Kunden, den Brand Partner/Kunden in Angelegenheiten zu kontaktieren, die nichts mit Young Living zu tun haben.

5. WERBUNG

5.1 Nutzung von Materialien von Young Living

Um unbeabsichtigte Fehler oder illegale Behauptungen zu vermeiden, sollten Brand Partner möglichst aktuelle Marketingmaterialien von Young Living sowie offizielle Behauptungen und Texte verwenden, die spezifisch für das jeweilige Land sind, in dem sie für die Werbung und Beschreibung der Produkte oder Programme von Young Living genutzt werden. Die Materialien müssen im Kontext verwendet werden, um nicht irreführend zu sein.

5.2 Weiterbildungs- und Referenzmaterialien

Young Living legt großen Wert auf Weiterbildung und ermutigt alle unsere Brand Partner, ihr Wissen über die bemerkenswerten Produkte, die wir entwickelt haben, zu erweitern. Unser Engagement für die Weiterbildung erstreckt sich auch auf unsere eigene Young Living-Website, die fundierte wissenschaftliche Erkenntnisse und anerkannte Aussagen zur Werbung und Verkaufsförderung von Young Living-Produkten enthält.

Wir ermutigen Young Livings Brand Partner, sich über unsere Produkte zu informieren und eine breite Palette an Ressourcen zu nutzen, darunter Bücher, Websites, YouTube-Kanäle, Blogs und mehr. Wir sind davon überzeugt, dass kontinuierliches Lernen für das Verständnis unserer Produkte unabdingbar ist.

Im Rahmen dieses Engagements für die Weiterbildung wird Young Livings Brand Partnern und Kunden die Freiheit gewährt, Referenzmaterialien aus Drittquellen zu verwenden, um für Young Living und seine Produkte zu werben. Wir weisen jedoch ausdrücklich darauf hin, dass es Brand Partnern bei der Werbung für bzw. beim Verkauf von Young Living-Produkten nicht gestattet ist, unangemessene Aussagen zu den Produkten zu verwenden. Zu den unangemessenen Aussagen zu den Produkten zählen Aussagen, die suggerieren, dass Produkte von Young Living zur Diagnose, Behandlung, Heilung oder Vorbeugung von Krankheiten eingesetzt werden können.

Young Living legt keine Beschränkungen hinsichtlich der Bücher, Tools oder anderen Referenzmaterialien fest, die Brand Partner für das persönliche Lernen verwenden, solange sie diese Materialien nicht für die Werbung oder den Verkauf von Young Living-Produkten verwenden.

Bei der Werbung für unsere Produkte unterliegen wir den Normen zur „kommerziellen Rede“, die die von uns möglichen Behauptungen einschränken. Diese Vorschriften dienen dem Schutz der Verbraucher und der Gewährleistung einer fundierten Entscheidung beim Kauf von Produkten. Jedes von den Brand Partnern erstellte Marketingmaterial gilt als Werbematerial von Young Living. Wir ermutigen unsere Brand Partner dringend, für Produkte von Young Living zu werben und dabei sowohl unsere Richtlinien als auch die bundesstaatlichen Vorschriften einzuhalten.

Um Hinweise zu erhalten, wie Brand Partner Young Living Produkte innerhalb dieser Grenzen wirksam bewerben können, empfehlen wir, unter „Weiterbildung“ im Virtual Office zu lesen. Diese Ressource bietet wertvolle Informationen, die Brand Partnern dabei helfen, andere über unsere Produkte zu informieren und gleichzeitig unsere Richtlinien und gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten.

5.3 Von Brand Partnern entwickelte Werbeunterlagen und Produkte

Brand Partner, die sich dafür entscheiden, Werbematerialien zu produzieren oder zu verwenden, die nicht von Young Living entwickelt wurden, müssen klar erkennen lassen, dass die Materialien von einem „unabhängigen Brand Partner“ und nicht von Young Living stammen, und ausdrücklich erklären, dass die Materialien nicht von Young Living genehmigt oder empfohlen wurden. Brand Partnern ist es nicht gestattet, den Firmenbriefkopf von Young Living oder sonstige Angaben zu verwenden, die darauf hinweisen, dass es sich beim Brand Partner um einen Mitarbeiter von Young Living handelt.

Jegliche Verwendung von Werbematerialien, die nicht von Young Living produziert wurden, muss allen geltenden Gesetzen und der Vereinbarung entsprechen. Um die Marke Young Living zu schützen, müssen derartige Materialien professionell und geschmackvoll erstellt werden. Es darf kein Material verwendet werden, das ein schlechtes Licht auf Young Living wirft. Brand Partner erklären sich damit einverstanden, dass Young Living die Entfernung oder Einstellung der Nutzung der von Brand Partnern entwickelten Werbematerialien verlangen kann, und Brand Partner verpflichten sich, allen derartigen Anfragen umgehend nachzukommen.

Der Brand Partner überträgt automatisch und mit voller Eigentumsgarantie alle weltweiten geistigen Eigentumsrechte, einschließlich des Urheberrechts, die an solchen Materialien bestehen, in jedem Fall für die gesamte Laufzeit, einschließlich aller Erneuerungen, Rückfälle, Wiederaufleben und Verlängerungen und zusammen mit allen damit verbundenen Rechten und Befugnissen, die entstehen oder aufgelaufen sind, einschließlich des Rechts, hinsichtlich jeglicher oder aller anderen Klagegründe, die sich aus dem Eigentum an diesen übertragenen Rechten ergeben, Rechtsmittel einzulegen, geltend zu machen, einzulegen, sich zu verteidigen, Berufung einzulegen und Rechtsmittel zu erlangen (und sämtliche erstrittenen Schäden einzubehalten), unabhängig davon, ob diese vor, am oder nach dem Datum der Brand Partner Vereinbarung aufgetreten sind.

Als alleiniger Autor dieser Materialien verzichtet der Brand Partner auf sämtliche Urheberpersönlichkeitsrechte gemäß dem Copyright, Designs & Patents Act 1988 und, soweit rechtlich möglich, auf alle weitgehend gleichwertigen Rechte, die dem Brand Partner irgendwo auf der Welt zustehen könnten. Bei Verstößen kann es gegen den Brand Partner zu Sanktionen gemäß diesen Richtlinien und Verfahren oder der Brand Partner Vereinbarung kommen.

Jegliche Verwendung von Werbematerialien, die nicht von Young Living produziert wurden, muss allen geltenden Gesetzen und der Vereinbarung entsprechen. Solche Materialien müssen professionell und geschmackvoll erstellt werden. Es darf kein Material verwendet werden, das ein schlechtes Licht auf Young Living wirft. Bei Verstößen können für den Brand Partner die beschriebenen vertraglichen Sanktionen verhängt werden.

5.4 Werbeaussagen und Repräsentation

5.4.1 Behauptungen über Produkte

Brand Partner dürfen nicht (weder mündlich noch schriftlich) Behauptungen aufstellen, die nicht ausdrücklich in der Literatur von Young Living aufgeführt sind, und es ist ihnen untersagt, ungenaue und unzulässige Behauptungen über Produkte von Young Living aufzustellen. Insbesondere ist es Brand Partnern nicht gestattet, zu behaupten, dass die Produkte von Young Living bei der Diagnose, Heilung, Linderung, Behandlung oder Vorbeugung von Krankheiten oder Beschwerden hilfreich seien, auch nicht in persönlichen Erfahrungsberichten. Brand Partner müssen außerdem jegliche Aussagen oder Behauptungen vermeiden, die in Bezug auf die Produkte von Young Living falsch oder irreführend sind. Brand Partner müssen hinsichtlich aller

abgegebenen Aussagen sämtliche Gesetze einhalten.

Die unberechtigte Stellung von Diagnosen oder Verschreibung der Produkte von Young Living kann die Zukunft von Young Living und ihrer Brand Partner gefährden und führt deshalb zur Kündigung des mit dem Brand Partner bestehenden Vertragsverhältnisses, sofern dieser ohne die erforderliche ärztliche Zulassung medizinische Diagnosen stellt und die Produkte von Young Living verschreibt.

5.4.2 Behauptungen zum Einkommen

Brand Partner dürfen keine falschen, irreführenden oder potenziell irreführenden Angaben zu Verdiensten, Einkommen oder Lebensstilen machen.

Den Brand Partnern ist es untersagt, im Zusammenhang mit der Geschäftsgelegenheit von Young Living unangemessene Einkommensansprüche, Aussagen oder sonstige Darstellungen, ob schriftlich oder mündlich, zu folgenden Punkten abzugeben:

- Übertriebene oder garantierte Einkommen, Einkünfte oder Gewinne.
- Hypothetische, potenzielle oder geschätzte Einkommen, Erträge oder Gewinne, die in irgendeiner Weise irreführend sind.
- Ein übertriebener oder luxuriöser Lebensstil.
- Alle anderen falschen, unwahren, unvollständigen, irreführenden oder potenziell irreführenden Informationen zum Einkommen, Verdienst oder Lebensstil

Brand Partner dürfen zum Beispiel nicht sagen oder andeuten, dass das Führen eines Young Living Business zu Folgendem führt:

- Vorzeitige Rente.
- Ein Einkommen, das dem einer Vollzeit-Karriere („Vollzeiteinkommen“) gleichkommt.
- Ein luxuriöser Lebensstil.
- Ein großes Haus.
- Luxusautos
- Exotische Urlaubsreisen.
- Der Ehepartner muss nicht mehr arbeiten.
- Finanzielle Freiheit.
- Oder alles andere, was diesen Aussagen gleicht.

Darüber hinaus dürfen Brand Partner Young Living nicht in Social-Media-Beiträgen erwähnen, die einen luxuriösen Lebensstil suggerieren.

Darüber hinaus dürfen Brand Partner keine Bilder von

Provisionsschecks/Provisionszahlungen oder Bilder von Bankkonten, Kontoständen, Steuererklärungen oder ähnlichen Finanzunterlagen veröffentlichen.

Young Living Brand Partner müssen eine klare und deutlich sichtbare Bekanntmachung vorzeigen, die die typischen Ergebnisse für das Publikum wie folgend darstellt: „Die meisten Brand Partner verdienen sich einfach etwas dazu. Das Einkommen und der Verdienst eines Brand Partners hängt von der individuellen Arbeit und Mühe, sowie den Verkaufsfähigkeiten und der Lage auf dem Markt ab. Young Living garantiert kein Einkommen, Verdienste oder Aufsteigerfolge.“

Wenn ein Brand Partner darüber hinaus eine Verdienstaussage macht, die ein für seine Zielgruppe untypisches Ergebnis impliziert, muss der Brand Partner außerdem einen klaren und deutlichen Haftungsausschluss bereitstellen, der das typische Ergebnis für diese Zielgruppe beschreibt. Beispielsweise könnte eine online aufgestellte Aussage, die ein Teilzeiteinkommen impliziert, von einem Haftungsausschluss begleitet werden, der besagt: „Die meisten Brand Partner erzielen lediglich ein bescheidenes Zusatzeinkommen. Das Einkommen und der Verdienst eines Brand Partners hängt von der individuellen Arbeit und Mühe, sowie den Verkaufsfähigkeiten und der Lage auf dem Markt ab. Young Living garantiert kein Einkommen, Verdienste oder Aufsteigerfolge.“

Wenn ein Brand Partner ein Einkommen auf Vollzeitniveau bespricht oder andeutet, muss er oder sie diese Erörterung mit einem Haftungsausschluss begleiten, der in etwa lautet: „Die meisten Menschen verdienen nur ein bescheidenes Zusatzeinkommen. Das Einkommen und der Verdienst eines Brand Partners hängt von der individuellen Arbeit und Mühe, sowie den Verkaufsfähigkeiten und der Lage auf dem Markt ab. Young Living garantiert kein Einkommen, Verdienste oder Aufsteige-Erfolge.“

5.4.3 Behauptungen zum Vergütungsplan

Wenn Brand Partner den Vergütungsplan präsentieren oder besprechen, müssen sie potenziellen Brand Partnern deutlich darstellen, dass der finanzielle Erfolg mit Young Living Engagement, Einsatz und Verkaufsgeschick erfordert. Umgekehrt dürfen Brand Partner nie behaupten, dass Menschen ohne längere, gewissenhafte und intensive Arbeit erfolgreich sein können. Beispiele von irreführender Darstellung in diesem Bereich sind die folgenden:

- Jeder kann mit wenig oder gar keiner Mühe erfolgreich sein.
- Keinen Erfolg zu haben, liegt nur an zu wenig

Bemühungen.

- Das System übernimmt die ganze Arbeit.
- Einfach anfangen, die Downline bildet sich durch Überschüsse von selbst.
- Einfach anfangen, der Sponsor/Einschreiber baut die Downline auf.
- Das Unternehmen macht alle Arbeit.
- Man muss nichts verkaufen.
- Alles, was man tun muss, ist jeden Monat selber Produkte kaufen.

5.4.4 Schadloshaltung bei unzulässigen Werbeaussagen

Brand Partner tragen die volle Verantwortung für alle mündlichen und schriftlichen Aussagen, die sie zu den Produkten, Dienstleistungen und dem Vergütungsplan von Young Living machen und die nicht ausdrücklich in offiziellen Materialien von Young Living enthalten sind. Der Brand Partner erklärt sich damit einverstanden, Young Living und die Direktoren, leitenden Angestellten, Brand Partner, Aktionäre, Manager, Mitarbeiter und Vertreter von Young Living schadlos zu halten und von jeglicher Haftung, Kosten und Verlusten freizustellen, einschließlich Urteilen, zivilrechtlichen Strafen, Rückerstattungen, Anwalts- und Gerichtskosten oder entgangenen Geschäften, die Young Living aus jeglicher Haftung entstehen, die sich aus den Handlungen der Brand Partner bei der Vermarktung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmöglichkeiten von Young Living ergibt oder damit zusammenhängt. Diese Bestimmung gilt auch über die Beendigung der Vereinbarung hinaus.

5.5 Geistiges Eigentum von Young Living

Brand Partner tragen die volle Verantwortung für alle mündlichen und schriftlichen Aussagen, die sie zu den Produkten, Dienstleistungen und dem Vergütungsplan von Young Living machen und die nicht ausdrücklich in offiziellen Materialien von Young Living enthalten sind. Der Brand Partner erklärt sich damit einverstanden, Young Living und die Direktoren, leitenden Angestellten, Brand Partner, Aktionäre, Manager, Mitarbeiter und Vertreter von Young Living schadlos zu halten und von jeglicher Haftung, Kosten und Verlusten freizustellen, einschließlich Urteilen, zivilrechtlichen Strafen, Rückerstattungen, Anwalts- und Gerichtskosten oder entgangenen Geschäften, die Young Living aus jeglicher Haftung entstehen, die sich aus den Handlungen der Brand Partner bei der Vermarktung von Produkten, Dienstleistungen und Geschäftsmöglichkeiten von Young Living ergibt oder

damit zusammenhängt. Diese Bestimmung gilt auch über die Beendigung der Vereinbarung hinaus.

Die Namen Young Living, Young Living Essential Oils, YL, YLEO und alle anderen Namen, die von Young Living oder seinen Tochter- oder Partnerunternehmen übernommen oder von diesen als Handelsnamen, Produktmarkennamen, Warenzeichen, Logos, Slogans, Hashtags, Webadressen oder URLs, Texte, Fotos und Videos („Geistiges Eigentum“ oder „IP“) verwendet werden, werden hier auch als „Young Living IP“ bezeichnet und sind Eigentum von Young Living.

Während der Laufzeit der Vereinbarung und nur während dieser Laufzeit sind Brand Partner dazu befugt, (a) die auf den kostenlosen Websites oder Diensten von Young Living leicht zugänglichen Fotos, den Text der von Young Living bereitgestellten Produkt- und Servicebeschreibungen und die auf den Online-Videoseiten von Young Living (z. B. den Vimeo®- und YouTube®-Seiten von Young Living) veröffentlichten Videos zu kopieren und zu verwenden und (b) das geistige Eigentum von Young Living (ausgenommen die Firmenlogos von Young Living) ausschließlich in Verbindung mit der Entwicklung von Online- und Druckmaterialien zum Aufbau und zur Verwaltung ihrer Vertriebsorganisation zu verwenden, sofern dies hierin nicht verboten ist.

Brand Partner dürfen dieses geistige Eigentum von Young Living jedoch nicht im Zusammenhang mit Aktivitäten außerhalb des Geltungsbereichs der Brand Partner Vereinbarung verwenden, es sei denn, sie haben die schriftliche Genehmigung von Young Living. Brand Partner dürfen keine Materialien verkaufen, die diese Eigenschaften enthalten (z.B. Marketingmaterialien, einschließlich physischer oder elektronischer Art), Zubehör für ätherische Öle, Werbegeschenke, Software oder mobile Apps, Markenartikel, Bücher, Broschüren, Filme oder andere Produkte, die sie direkt oder indirekt an andere (einschließlich anderer Brand Partner) verkaufen. Mit Beendigung der Vereinbarung erlischt diese Lizenz automatisch und die Brand Partner müssen die Nutzung des geistigen Eigentums von Young Living unverzüglich einstellen.

Es ist den Brand Partnern untersagt, Warenzeichen von Young Living, ganz oder teilweise, oder zum Verwechseln ähnliche Wörter, Logos oder Symbole als Warenzeichen in irgendeinem Rechtsraum der Welt zu beantragen, zu besitzen oder zu registrieren. Falls Brand Partner dies tun oder getan haben, erklären sich die Brand Partner damit einverstanden, die Markenregistrierung bzw. den Antrag innerhalb von 10 Tagen nach schriftlicher Anfrage von Young Living kostenlos an Young Living zu übertragen.

Brand Partner müssen die Bezeichnung „Unabhängiger Brand Partner von Young Living“ in

legaler und rechtmäßiger Weise im Zusammenhang mit allen autorisierten geistigen Eigentumsrechten von Young Living für bezahlte Online-Marketingprogramme oder -maßnahmen verwenden, einschließlich Pay-per-Click-Onlinewerbung, Google AdWords, bezahlter Social-Media-Werbung, Videoinhalten, Content-Syndication und Display-Marketing.

5.6 Domain-Namen und E-Mail-Adressen

Brand Partner dürfen weder im Vereinigten Königreich noch außerhalb Markenzeichen von Young Living oder davon abgeleitete Warenzeichen für Internetdomännennamen im Ganzen oder in Teilen verwenden oder versuchen, diese zu registrieren. Ebenso ist es den Brand Partnern nicht gestattet, Markenzeichen (IP) von Young Living oder abgeleitete Warenzeichen davon in E-Mail-Adressen zu integrieren oder dies zu versuchen. Gemäß dieser Richtlinie wird von allen bestehenden Domain-Namen im Besitz von Brand Partnern, die gegen diese Bestimmung verstoßen, erwartet, dass sie innerhalb von 30 Tagen nach Benachrichtigung über den Verstoß durch Young Living in Übereinstimmung gebracht werden. Unter bestimmten Umständen kann die Registrierung eines rechtsverletzenden Domännennamens oder einer E-Mail-Adresse nach der Unterzeichnung eines jährlichen Markenlizenzvertrags mit Young Living Essential Oils (Hauptsitz in den USA) gestattet werden, für den auch eine Lizenzgebühr anfällt. Solche Lizenzvereinbarungen können von Young Living jederzeit nach eigenem Ermessen angeboten, zurückgezogen oder geändert werden. Von Brand Partnern mit nicht konformen Domännennamenregistrierungen, die keine solche Vereinbarung mit Young Living treffen, wird erwartet, dass sie diese Registrierungen innerhalb der oben genannten 30-tägigen Frist an Young Living übertragen.

5.7 Internet Richtlinien

Viele Brand Partner nutzen das Internet, um ihre Geschäfte über Websites, Blogs, soziale Medien usw. (zusammen „Websites/Sites der Brand Partner“) voranzutreiben. Auf den Brand-Partner-Sites, die zur Bewerbung von Young Living, Young Living®-Produkten oder Young Living-Events verwendet werden, muss an prominenter Stelle das aktuelle Logo eines unabhängigen Young Living-Brand-Partners angezeigt werden, damit bei den Besuchern der Sites nicht der Eindruck entsteht, es handele sich um eine offizielle Young Living-Unternehmenssite. Darüber hinaus muss jede Website oder Online-Anwendung, die zur Werbung für das Konto eines Brand Partners verwendet wird, die Kundenkontonummer des Brand

Partners enthalten.

Die Websites der Brand Partner können aktuelle Produktbeschreibungen, Fotos, Videos und andere Medien enthalten, die den Brand Partnern von Young Living zur Verfügung gestellt werden (z. B. über die offizielle YL-Website, das Virtual Office oder den YL-Flickr®-Account). Brand Partner Websites dürfen nicht:

- a. Das Young Living logo verwenden;
- b. Ein ähnliches Website-Design verwenden, dass so aussieht und sich so „anfühlt“ wie die Young Living Website.
- c. Vertrauliche Informationen zu Brand Partnern und/oder Kunden erfassen, speichern, verarbeiten oder übermitteln.
- d. Unangemessene Produkt-, Einkommens-, Verkaufsvergütungs-, Gesundheits- oder Nährwertaussagen machen, wie beschrieben.
- e. Werbung für die Produkte oder das Geschäft eines anderen Unternehmens machen.
- f. Falsche oder irreführende Informationen enthalten.
- g. Alte oder veraltete Produktbeschreibungen, Fotos, Videos und andere Medien verwenden.
- h. Den Anschein erwecken, als würden sie von Young Living oder einem Dritten (d. h. jemand anderem als dem Brand Partner) betrieben werden.

Bei der Verwendung sozialer Medien dürfen Brand Partner als Benutzernamen, Kontonamen oder andere Kennungen (zusammen „Benutzername“) keine Handelsnamen (IPs) oder Firmennamen von Young Living oder andere Namen verwenden, die mit Young Living verwechselt werden könnten oder darauf schließen lassen, dass Young Living diese sponsert.

Benutzernamen dürfen jedoch den Namen „Young Living“ enthalten, sofern sie auch „Unabhängiger Brand Partner“ oder eine ähnliche Kennung enthalten, die sie wirksam von einem Young Living-Konto unterscheidet.

Brand Partner dürfen Websites auch zum Verkauf von Young Living-Produkten nutzen (mit Ausnahme der gemäß Abschnitt 5.8 unten verbotenen Websites), jedoch nur unter den oben genannten und folgenden Bedingungen:

- Jede Website muss vom Brand Partner unter seinem gesetzlichen Namen oder einem eingetragenen fiktiven Namen betrieben werden, dieser Name, die Postanschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse (zusammen „Informationen zum Site-Inhaber“) müssen deutlich angegeben

sein und diese Informationen zum Site-Inhaber müssen jeder Produktlieferung beiliegen.

- Der Brand Partner muss die Website registrieren, die für Verkäufe bei Young Living verwendet werden soll. Die Registrierung erfolgt durch Senden des URL-Namens und der ID-Nummer des Brand Partners per E-Mail an ylconducteurope@youngliving.com.
- Auf dieser Site muss sowohl den Namen des Brand Partners als auch das „Unabhängiger Brand Partner“ Logo angezeigt werden.
- Die jeweilige Site muss über einen Mechanismus zum Empfangen von Kundenfeedback verfügen, und der Brand Partner wird (a) alle angemessenen Anstrengungen unternehmen, um sämtliches eingehendes Kundenfeedback und alle Anfragen zeitnah zu beantworten; (b) Young Living auf Anfrage Kopien sämtlicher Informationen im Zusammenhang mit Kundenfeedback (einschließlich sämtlicher Antworten an Kunden) zur Verfügung stellen; und (c) mit Young Living bei der Untersuchung jeglicher negativer Online-Bewertungen im Zusammenhang mit dem Verkauf von Young Living-Produkten durch den Brand Partner kooperieren und alle angemessenen Anstrengungen unternehmen, um solche Bewertungen zu klären.
- Ungeachtet der Klausel (c) oben in der Vereinbarung kann eine solche Site vertrauliche Informationen von Brand Partnern oder Kunden erfassen, speichern, verarbeiten und übermitteln, vorausgesetzt, dass die Site alle geltenden Gesetze und Vorschriften sowie Branchenstandards in Bezug auf Datenschutz, Zugänglichkeit und Datensicherheit einhält.

Brand Partner müssen sicherstellen, dass alle Personen, die im Namen des Brand Partners oder des professionellen Kontos eine Website betreiben, alle in diesem Abschnitt und im Rest der Vereinbarung behandelten Anforderungen erfüllen.

Jede Website oder Online-Anwendung, die von einem Brand Partner verwendet wird, um in irgendeiner Weise für das Young Living-Konto des Brand Partners zu werben, kann von Young Living überwacht werden. Das Versäumnis, eine solche Site oder Online-Anwendung über einen beliebigen Zeitraum zu überwachen, stellt keinen Verzicht von Young Living auf das Recht dar, die Einhaltung dieses Abschnitts sicherzustellen. Auf Anfrage von Young Living wird der Brand Partner in angemessenem Umfang kooperieren und Zugriff auf alle Webseiten, Social-Media-Beiträge und alle anderen Online-Inhalte und/oder Aktivitäten

im Zusammenhang mit dem Brand Partner oder Werbeaktionen von Young Living im Internet sowie Kopien davon vorweisen und/oder bereitstellen. Young Living kann bei Verstößen gegen diesen Abschnitt das Konto eines Brand Partners kündigen oder andere Maßnahmen ergreifen, die Young Living für angemessen hält.

5.8 Internet Kleinanzeigen, Auktionsseiten, Shoppingseiten oder Online- Auftragsabwicklungssshops

Young Living ist ein Direktvertriebsunternehmen. Präsentationen, Geschäftstreffen und persönliche Kontakte der unabhängigen Brand Partner sind die primären zulässigen Anlaufpunkte, bei denen die Produkte und Chancen von Young Living präsentiert werden sollen. Die Integrität des Markennamens Young Living, die Produktlinie, Gesundheits- und Sicherheitsfragen und die Beziehung zu den unabhängigen Brand Partnern sind für Young Living von grundlegender Bedeutung. Das Anbieten von Produkten auf Auktionsseiten schwächt die persönliche Beziehung zwischen den unabhängigen Brand Partnern und ihren Kunden und auch die Marke und das Erlebnis, das Young Living für seine Kunden und Produkte schaffen möchte.

Ungeachtet des Vorstehenden in Abschnitt 5.6 gilt, dass es Brand Partnern zum Schutz der Integrität und des Images der Marke Young Living und zum Schutz der von den Young Living Brand Partnern aufgebauten Geschäfte grundsätzlich nicht gestattet ist, Produkte von Young Living auf Internet-Kleinanzeigenseiten (z. B. Craigslist usw.), Marktplätzen (z. B. Facebook[®] Marketplace, Walmart[®] Marketplace usw.), Auktionsseiten, Shopping-Sites oder in Bestellabwicklungssshops (z. B. eBay[®], Amazon[®], Lazada, Shopee, Mercado Libre, OrderDog[™].com, Overstock[®].com usw.) zu verkaufen, zu bewerben oder anzuzeigen.

Des Weiteren dürfen Brand Partner nicht:

- a. Über eine dritte Partei wissentlich oder unwissentlich Young Living Produkte über Kleinanzeigen, Auktionsseiten, Shoppingseiten etc. im Internet vertreiben.
- b. Produkte an eine dritte Partei zu verkaufen, wenn es Grund gibt zu glauben, dass diese die Produkte über Kleinanzeigen, Auktionsseiten, Shoppingseiten etc. im Internet weiterverkauft.

Brand Partner dürfen weiterhin Young Living Produkte über ihre individuellen URLs und die Einzelhandels-Websites unabhängiger Brand Partner verkaufen, sofern sie ihre URL bei Young Living registrieren und

das „Unabhängiger Brand Partner“ Logo sowie seine Brand Partner ID-Nummer deutlich sichtbar in der URL anzeigen.

Young Living behält sich das Recht vor, streng zu verbieten, zu überwachen, eine Gebühr zu erheben und alle erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, inklusive aber nicht nur, der Löschung eines Kontos, wenn Brand Partner jedwedes Gesetz, Richtlinien oder diese Richtlinien und Prozeduren nicht einhalten. Wenn Young Living dadurch, dass es diese Richtlinie in einem Fall durchsetzt, in dem befunden wird, dass der entsprechende Brand Partner die Richtlinien gebrochen hat, Anwaltskosten oder andere Gebühren entstehen, werden diese durch den betreffenden Brand Partner getragen. Verkäufe durch Brand Partner über Internetseiten sind nicht gestattet, mit Ausnahme der gemäß Abschnitt 5.6 und über die persönlichen Websites von Young Living gemäß Abschnitt 5.9 gestatteten Verkäufe.

5.9 Brand Partner Anwerbung per Telefon und E-Mail

Alle E-Mail-Nachrichten, die zur Werbung für das Geschäft eines Brand Partners versendet werden, müssen dem CAN-SPAM-Gesetz (oder der entsprechenden niederländischen Gesetzgebung „Niederländisches Telekommunikationsgesetz“) entsprechen und entsprechende Opt-out-Bestimmungen für den Empfänger enthalten. Wenn Befragte auf entsprechende Aufforderung hin weiterhin E-Mails, Anrufe oder SMS von Brand Partnern erhalten, können gegen diese Brand Partner rechtliche Schritte eingeleitet werden und Young Living kann deren Konten schließen oder andere Maßnahmen ergreifen, die Young Living für angemessen hält.

Brand Partner dürfen kein Telemarketing betreiben, um für Young Living-Produkte oder Geschäftsmöglichkeiten von Young Living zu werben oder potentielle Brand Partner oder Kunden anzuwerben. Im Sinne dieses Abschnitts bezieht sich Telemarketing auf das Tätigen eines oder mehrerer ausgehender Telefonanrufe oder Textnachrichten direkt oder über Dritte an eine Einzelperson ohne deren ausdrückliche vorherige Erlaubnis oder Aufforderung zum Anrufen.

Brand Partner werden Young Living und die Direktoren, leitenden Angestellten, Brand Partner, Aktionäre, Manager, Mitarbeiter und Vertreter von Young Living schadlos halten und von jeglicher Haftung freistellen, einschließlich Urteilen, zivilrechtlichen Strafen, Rückerstattungen, Anwalts- und Gerichtskosten oder Geschäftsverlusten, die Young Living infolge dieser verbotenen Telemarketing-Aktivitäten entstehen.

5.10 Brand Partner Webseiten, die Young Living anbietet

Young Living bietet in ausgewählten Ländern eine personalisierte Website an, um Brand Partner bei ihren Marketingbemühungen zu unterstützen. Für weitere Details dazu bitte an den europäischen Kundenservice unter der Nummer 08000 825 049 (gebührenfrei aus dem Festnetz) wenden oder für weitere Informationen in das Virtual Office von Young Living (YoungLiving.com) einloggen. Bitte beachten, dass die eigenen Kontaktinformationen durch die Nutzung einer Young Living-Website öffentlich zugänglich werden, sodass man bei Fragen kontaktiert werden kann. Young Living übernimmt keine Verantwortung für unbeabsichtigte oder nachteilige Folgen dieses Dienstes.

5.11 Kommerzielle Verkaufsstellen/ Dienstleistungseinrichtungen

Der Verkauf von Young Living-Produkten ist in Dienstleistungsbetrieben gestattet. Diese sind definiert als persönliche Dienstleistungsbetriebe wie Arzt-, Zahnarzt-, Chiropraktiker- und andere Gesundheitspraxen, Fitnessclubs, Fitnessstudios, Friseursalons, Schönheitssalons, Nagelstudios, Beratungsdienste, Sonnenstudios und ähnliche Unternehmen, bei denen die Nutzung der Einrichtungen durch die Kunden durch eine Mitgliedschaft oder Terminvereinbarung geregelt ist.

5.12 Keine Preis- oder Gebietsbeschränkungen/Geschenke

Es wird empfohlen, die Produkte von Young Living an Kunden zu den von Young Living in der Produktpreisliste von Young Living festgelegten empfohlenen Kundenpreisen (Einzelhandelspreisen) zu verkaufen. Brand Partner können die Produkte von Young Living zu jedem beliebigen Preis verkaufen, es wird jedoch dringend empfohlen, die von Young Living festgelegte Preisstruktur einzuhalten. Es werden niemandem exklusive Gebiete gewährt. Es sind keine Franchisegebühren erforderlich. Brand Partner kaufen Produkte zu Brand Partner-Preisen (Großhandelspreisen). Young Living behält sich das Recht vor, seine Produkte und Dienstleistungen über alle Vertriebskanäle anzubieten, einschließlich über sein Profi-Kontoprogramm und über andere Unternehmen (z. B. ein Direktvertriebsunternehmen in China).

Brand Partner dürfen Brand Partnern in ihrem Team Geschenke sowie Anreizgeschenke für neue Brand Partner anbieten, sofern das Geschenk (oder eine

Kombination von Geschenken) den Wert von 25 Euro nicht übersteigt. Die gleiche Einschränkung gilt für Schulungen, Seminare oder ähnliche Bildungsangebote, deren Wert/Teilnahmekosten 25 Euro übersteigen.

5.13 Messen und Ausstellungen

Brand Partner dürfen die Produkte von Young Living auf Messen und Ausstellungen ausstellen und/oder verkaufen. Bei der gesamten auf der Veranstaltung ausgestellten Literatur muss es sich um offizielle Young Living-Literatur für das jeweilige Land handeln und die Brand Partner müssen sich eindeutig als unabhängige Brand Partner zu erkennen geben.

5.14 Medienanfragen

Brand Partner dürfen nicht versuchen, auf Medienanfragen zu Young Living, seinen Produkten oder Dienstleistungen oder ihrem unabhängigen Young Living-Geschäft/ihrer unabhängigen Young Living-Vertriebsorganisation zu antworten. Sämtliche Anfragen über Medien jeglicher Art müssen umgehend an die Marketingabteilung von Young Living Europe weitergeleitet werden. Dadurch wird sichergestellt, dass die breite Öffentlichkeit genaue und konsistente Informationen erhält.

6. Young Living Produktverkäufe

6.1 Produktvertrieb und Rechnungen

Der Vergütungsplan von Young Living basiert auf dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen von Young Living an Endverbraucher. Brand Partner müssen bestimmte persönliche und Downline-Organisations-Verkaufsanforderungen erfüllen (sowie andere in diesen Richtlinien und Verfahren festgelegte Pflichten erfüllen), um Anspruch auf Prämien, Provisionen und den Aufstieg auf höhere Leistungsebenen zu haben. Um Anspruch auf Provisionen zu haben, müssen folgende Umsatzvoraussetzungen erfüllt sein:

Brand Partner sind verpflichtet, sämtliche Einzelhandelsverkäufe zu dokumentieren. Brand Partner sind verpflichtet, ihren Kunden zwei Kopien eines Einzelhandelskaufbelegs auszuhändigen, auf dem das Verkaufsdatum, der Verkaufsbetrag, die gekauften Artikel und die Zufriedenheitsgarantie von Young Living sowie alle gesetzlich vorgeschriebenen

Verbraucherschutzrechte im Wohnsitzland aufgeführt sind. Gemäß diesen Gesetzen muss der Brand Partner seine Kunden über deren Widerrufsrecht informieren. Darüber hinaus muss der verkaufende Brand Partner dem Käufer beim Verkauf von Produktbeständen an andere Brand Partner einen Kaufbeleg ausstellen. Der verkaufende Brand Partner muss Kopien aller Verkaufsbelege zwei Jahre lang aufbewahren und sie Young Living auf Anfrage des Unternehmens vorlegen.

6.2 Übermäßige Inventarbestellungen und die 70 % Regel

Das Geschäftsmodell von Young Living basiert auf dem Prinzip, dass 100 % der Verkäufe von Young Living durch den Verkauf an und/oder den Verbrauch durch Endverbraucher erfolgen, die Young Living-Produkte ausschließlich aufgrund der Qualität der Produkte selbst kaufen. Brand Partner dürfen keine unnötigen Produktkäufe tätigen und dürfen weder ihre Vertriebsorganisation noch andere Brand Partner dazu ermutigen, da dies zu großen, stagnierenden Lagerbeständen führen könnte. Dies wird als „Front-End-Loading“ oder „Inventar-Loading“ bezeichnet und bezieht sich auf den Kauf von Produkten, die gelagert, vernichtet oder auf andere Weise entsorgt werden, ohne dass sie konsumiert werden. Brand Partner müssen ihre Produkte konsumieren oder an Personen verkaufen, die sie konsumieren. Brand Partnern ist es ausdrücklich untersagt, übermäßige Lagerbestände, wie in diesem Abschnitt beschrieben, anzusammeln oder anderweitig zu lagern. Wenn festgestellt wird, dass ein Brand Partner Käufe tätigt, um die Voraussetzungen des Vergütungsplans zu erfüllen, kann Young Living das Konto des Brand Partners kündigen oder andere Maßnahmen ergreifen, die Young Living für angemessen hält.

Um Anspruch auf Verkaufsprovisionen zu haben, dürfen Brand Partner keine übermäßigen Lagerbestände haben und müssen mindestens 70 % der Lagerbestände, die sie für den Weiterverkauf (und nicht für den Eigengebrauch) gekauft haben, verbrauchen und/oder an Endverbraucher verkaufen, bevor sie zusätzliche Produkte kaufen. Mit der Bestellung eines Produkts bestätigen die Brand Partner, dass sie mindestens 70 % aller zuvor zum Verkauf erworbenen Produkte verkauft oder verwendet haben.

6.3 Beschädigte Waren

Brand Partner dürfen keine Produkte verkaufen, die beschädigt oder defekt sind, gebrochene Siegel oder

Anzeichen von Manipulation aufweisen oder nicht den Anforderungen entsprechen. Brand Partner sollten Young Living so schnell wie möglich über beschädigte Produkte oder Transportschäden informieren.

7. Verkaufsprovision und Boni

7.1. Verkaufsprovisionen und Bonus

Brand Partner müssen aktiv sein (mindestens eine 50 PV Produktbestellung in den letzten 12 Monaten) und diese Vereinbarung einhalten, um Anspruch auf eine Provisionsvergütung zu haben. Solange die Brand Partner die Bedingungen der Vereinbarung einhalten, zahlt ihnen Young Living Provisionen und Boni gemäß dem Vergütungsplan. Provisionen und Boni werden mindestens monatlich ausgezahlt. Provisionszahlungen (einschließlich Boni und Gebühren wie unten erwähnt) erfolgen in US-Dollar (\$) und werden bei der Auszahlung mit dem von Young Living festgelegten Wechselkurs in die jeweilige Währung umgerechnet. Alle anderen Provisionen und Boni (Unilevel, Generationen usw.) werden ungefähr am 18. jedes Monats für die Verkäufe und Dienstleistungen des Vormonats ausgezahlt. Provisionsbeträge unter 25 US-Dollar werden nicht per Banküberweisung abgewickelt, sondern als Guthaben auf dem Konto für zukünftige Produktkäufe einbehalten. Brand Partner können sich an den Kundenservice wenden, um den aktuellen Umrechnungskurs zu erfahren.

Um sich für ihre Provisionsboni zu qualifizieren, müssen Leader die von Young Living definierten Leadership-Anforderungen aktiv erfüllen. Weitere Informationen finden sich im Vergütungsplan.

Brand Partner können im Virtual Office auf YoungLiving.com auf detaillierte Berichte zu Verkaufsprovisionen zugreifen. Brand Partner ohne Internetzugang können sich den Bericht gegen eine geringe Gebühr per Post zusenden lassen. Brand Partner sollten ihre Provisions- und Bonusabrechnungen überprüfen und Young Living etwaige Fehler oder Unstimmigkeiten innerhalb von 45 Tagen nach dem Zahlungsdatum melden. Fehler oder Unstimmigkeiten, die Young Living nicht innerhalb von 45 Tagen gemeldet werden, gelten als verzichtet.

Gutschriften oder Barprovisionen auf dem Young Living-Konto des Brand Partners (als Guthaben auf dem Konto des Brand Partners angezeigt) können für zukünftige Einkäufe bei Young Living verwendet werden.

7.2 Verkaufsprovisionenanpassungen

Brand Partner erklären sich damit einverstanden, dass Ihre Provisionszahlung um etwaige Bearbeitungsgebühren, offene Beträge oder Schulden für andere Dienste angepasst wird. Wenn ein Produkt zur Rückerstattung an Young Living zurückgesandt oder vom Unternehmen zurückgekauft wird, werden die auf das/die zurückgegebene(n) oder zurückgekauften(n) Produkt(e) entfallenden Boni und Provisionen von allen zukünftigen Provisionszahlungen abgezogen, einschließlich der Provisionszahlungen an die Upline. Eventuelle sonstige Schulden können mit den Provisionszahlungen verrechnet werden.

7.3 Abzüge/Servicegebühren

Jeden Monat wird eine monatliche Servicegebühr erhoben, die zur Deckung der Buchhaltung, Verarbeitung und Kontowartung dient. Die Gebühr ist möglicherweise steuerlich absetzbar. Für Einzelheiten bitte an den eigenen Steuerberater wenden.

Young Living kann weitere Gebühren erheben, darunter Gebühren für Kontoinaktivität oder Ruhezustand sowie Kontobenachrichtigungsgebühren. Diese Gebühren werden verwendet, um die Kosten auszugleichen, die Young Living durch die Führung ruhender Konten und die Benachrichtigung aller Brand Partner entstehen, deren Konten sechs Monate oder länger ruhen.

Die aktuelle Gebührenordnung für die Kontoführung und andere Gebühren, wie etwa Gebühren für Kontoinaktivität oder Ruhezustand und/oder Kontobenachrichtigungsgebühren, werden im Virtual Office veröffentlicht und können von Young Living von Zeit zu Zeit geändert werden.

Young Living kann sämtliche Business-Unterstützungsgebühren und/oder Ruhegebühren sowie andere hier aufgeführte Gebühren von allen geschuldeten Verkaufsprovisionen abziehen oder von allen Gutschriften auf Konten abziehen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Gutschriften für Verkaufsprovisionen, zurückgegebene Bestellungen und für stornierte Bestellungen.

Die Servicegebühr dient zur Deckung der Kosten im Zusammenhang mit der Kontoführung, der Suche nach Kreditinhabern, der Kontoführung, dem Versenden von Anfragen und Suchmaterial, regelmäßigen Aktualisierungen, Newslettern usw. Bei Fragen zum Wechselkurs des Unternehmens bitte an unseren Kundenservice wenden.

7.4 Rückzahlung von Provisionszahlungen

Rückerstattungen per Direkteinzahlung – Alle fehlgeschlagenen Direkteinzahlungen werden als

Guthaben auf dem Konto gutgeschrieben.

Das Guthaben steht im Virtual Office zur Verfügung und kann je nach Wunsch des Brand Partners für Bestellungen verwendet oder auf sein Bankkonto überwiesen werden.

- Etwaiges Guthaben auf dem Konto kann auf das Bankkonto des Brand Partner überwiesen werden. Beträge unter 20 €/20 GBP/200 SEK werden nicht überwiesen und können nur für zukünftige Bestellungen verwendet werden.

7.5 Bearbeitungsschluss für Bestellungen am Monatsende

Alle Bestellungen über die Website müssen am oder vor dem letzten Tag des Kalendermonats bis 23:59 Uhr (Mountain Time) eingehen und angenommen werden, um für diesen Monat berücksichtigt zu werden. Im Falle von Änderungen noch nicht ausgeführter Bestellungen werden diese weiterhin unter dem ursprünglichen Bestelldatum geführt. Die Website ist 7 Tage die Woche, 24 Stunden am Tag verfügbar, so dass alle Bestellungen bis zum Monatsende aufgegeben werden können.

8. Bestellungen & Young Living Rückgabe- und Rückerstattungsrichtlinie

8.1 Bestellarten

Alle Brand Partner können Bestellungen telefonisch, über die YL-Website, per E-Mail oder über das Young Living Treueprogramm aufgeben.

8.1.1 Telefonisch

Bei telefonischen Bestellungen sollten Brand Partner/Kunden alle auf dem Produktbestellformular von Young Living abgefragten Informationen bereit halten, einschließlich der Brand Partner ID-Nummer und der persönlichen Identifikationsnummer (PIN). Kundenservice-Mitarbeiter sind Montag/Dienstag/Donnerstag/Freitag von 10:00 bis 18:00 Uhr und Mittwoch von 10:00 bis 17:00 Uhr (MEZ) verfügbar. Die Öffnungszeiten können sich ändern. Bezahlungen können per Visa, MasterCard, PayPal oder Banküberweisung vorgenommen werden.

8.1.2 Young Living Website

Über die Unternehmenswebsite kann man schnell und einfach online Informationen abrufen und Produkte bestellen. Die Website ist 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche verfügbar (außer bei Ausfallzeiten oder Wartungsarbeiten) und ermöglicht die Aufgabe von Online-Bestellungen. Benötigt wird die Brand-Partner ID-Nummer und das Passwort (die vertraulich behandelt werden müssen), um einen Login und einen Sicherheitscode (4-stellige PIN) auf www.youngliving.com einzurichten. Die PIN muss sicher aufbewahrt werden und es kann nur über das eigene Kundenkonto bestellt werden.

8.1.3 E-Mail

Bei der Bestellung per E-Mail bitte die E-Mail-Adresse nutzen, die im Kundenkonto hinterlegt ist und zur Identifikation die YL-ID-Nummer und die PIN angeben.

8.1.4 Live Chat

Bestellungen können über den Live Chat Service aufgegeben werden, der auf der Young Living Website verfügbar ist, solange dieser für das entsprechende Land eingerichtet ist.

8.2 Treueprogramm & Abo-Programme

Das Young Living Treueprogramm erlaubt es Brand Partnern, sich jeden Monat Young Living Produkte automatisch zuschicken zu lassen.

Durch dieses optionale Programm können Brand Partner Gratisprodukte verdienen und sich für besondere Aktionen etc. qualifizieren. Eine Treuebestellung ist komplett optional.

Es wird empfohlen, dass die automatische Bestellung so eingerichtet wird, dass sie zwischen dem 1. und dem 22. des Monats bearbeitet wird. Automatische Bestellungen werden nicht mehr nach dem 24. des Monats bearbeitet. Je früher die Bestellung bearbeitet wird, desto leichter ist es, entstehende Probleme bei der Bezahlung oder mit nicht mehr vorrätigen Produkten zu lösen. Young Living kann nicht für Bestellungen verantwortlich gemacht werden, die aufgrund der Zahlungsverpflichtung des Brand Partners nicht bearbeitet werden.

8.3 Allgemeine Bestellrichtlinien

Falls die Bezahlung für eine Bestellung nicht gültig oder korrekt erfolgt ist, oder die Bestellung von Young Living sonstwie nicht bearbeitet werden kann, wird sich Young Living bemühen, den Brand Partner telefonisch, per Post oder E-Mail zu kontaktieren, um die Bestellung zu korrigieren. Young Living wird sich

bemühen, die Bestellung innerhalb von 15 Tagen zu korrigieren und dabei nicht den 4. Tag des folgenden Monats überschreiten. Wenn diese Bemühungen nicht erfolgreich sind, wird die Bestellung storniert.

Damit Bestellungen für einen bestimmten Monat angerechnet werden können, müssen sie spätestens am letzten Tag des Monats eingehen und angenommen werden. Im Falle von Änderungen noch nicht ausgeführter Bestellungen werden diese weiterhin unter dem ursprünglichen Bestelldatum geführt. Das kann sich auf die Qualifizierung für den Kommissionsanspruch auswirken.

Die Brand Partner sind selbst dafür verantwortlich, die Zahlungen für über das Virtual Office aufgegebene Bestellungen zu überprüfen. Sollte eine Zahlung fehlschlagen, bitte unseren Kundendienst kontaktieren, da dies Auswirkungen auf die Provisionsqualifikation haben kann.

Wenn ein bestellter Artikel nicht vorrätig oder nicht mehr erhältlich ist und die Zahlung für diesen Artikel eingegangen ist, wird Young Living versuchen, den Brand Partner/Kunden per E-Mail zu kontaktieren, damit ein alternativer Artikel ausgewählt werden kann. Wenn wir innerhalb von ein bis zwei (1–2) Werktagen niemanden erreichen oder innerhalb dieses Zeitraums keine Antwort erhalten, wird Young Living die Bestellung ohne den entsprechenden Artikel ausführen. Es liegt in der Verantwortung der Brand Partner sicherzustellen, dass die Produkte in ihrer Bestellung verfügbar sind, wenn sie versandt werden. Es werden keine Bestellungen auf Nachnahme angenommen.

Ratenzahlung ist nicht erlaubt, wenn Produkte gekauft werden. Es kann mit mehr als einer Kreditkarte bezahlt werden, aber die Bestellung muss voll bezahlt sein, bevor sie in den Versand geht.

8.3.1 Bestellungen im Rückstand

Da es bei Bestellungen im Rückstand häufig zu Qualifikationsproblemen kommt und einige unserer Produkte von unsicheren internationalen Lieferungen abhängen, auf die wir keinen Einfluss haben, bietet Young Living im Allgemeinen keine Bestellungen im Rückstand an. Nur unter besonderen Umständen bietet Young Living Bestellungen im Rückstand an. Wenn eine Bestellung im Rückstand vorkommt, werden keine zusätzlichen Versandkosten berechnet, wenn das ausstehende Produkt versandt wird.

8.3.2 Bestellungen, die von Brand Partnern nicht angenommen werden

Unbeschadet der gesetzlichen Rechte wird bei einer nicht angenommenen Bestellung eine Gebühr in

Höhe von 10 % des Warenwertes, zuzüglich der Mehrwertsteuer, (abzüglich der Versandkosten) erhoben.

9. Versand

9.1 Versandarten und -kosten

Bestellungen werden in der Regel innerhalb von zwei (2) Werktagen (ausgenommen Wochenenden und Feiertage) versandt. Jeder Sendung liegt eine Packliste bei. Die Rechnung kann im Virtual Office im Bestellverlauf ausgedruckt werden. Diese enthält die Bestellungsnummer, die Brand Partner ID-Nummer und den Namen, die Artikelnummer, den Namen des Produkts sowie den Betrag und die Zahlungsmethode. Brand Partner sollten diese Rechnungen für ihre persönlichen Buchhaltungsunterlagen aufbewahren. Pakete können über den Paketzusteller verfolgt werden.

9.2 Versandabweichungen

Wenn eine Bestellung angenommen wird, sollten die Produkte anhand der Rechnung überprüft werden, um sicherzustellen, dass keine Unstimmigkeiten oder Schäden vorliegen. Bitte Young Living innerhalb von fünf (5) Werktagen nach Erhalt der Sendung per Post, Telefon oder Fax über etwaige Lieferunstimmigkeiten oder Schäden benachrichtigen. Sollte innerhalb dieser fünf (5) Tage keine Benachrichtigung bei YL eingehen, verfällt das Recht, eine Korrektur zu verlangen. Bei Produktfehlern oder Qualitätsproblemen bitte Abschnitt 11 der Richtlinien beachten. Um etwaige Probleme mit Sendungen zu beheben, bitte an den Young Living Europe B.V. Kundenservice wenden. Der Kundenservice Mitarbeiter bespricht dann die Schritte zur Behebung der Situation und stellt bei Bedarf eine RMA-Nummer (Return Merchandise Authorisation) aus. Der Kundenservice kann per Telefon, E-Mail oder Fax erreicht werden.

10. Bezahlung

10.1 Zahlungsarten

Young Living akzeptiert die folgenden Zahlungsarten:

- a. Visa oder MasterCard. Die Verwendung der Kredit-/Debitkarte einer anderen Person ohne deren schriftliche Zustimmung ist illegal und kann zur Kündigung dieser Brand Partner Vereinbarung sowie zu möglichen rechtlichen Schritten führen.

b. Banküberweisungen.

c. PayPal – PayPal ist ein Drittanbieter und Young Living ist nicht für mögliche Schwierigkeiten im Zusammenhang mit PayPal oder PayPal-Zahlungen verantwortlich. Diese Option kann nur vom Brand Partner selber über das Virtual Office eingerichtet werden.

d. Guthaben im Kundenkonto.

e. SEPA

f. iDEAL– nur für Standardbestellungen erhältlich.

10.2 Unzureichende Geldmittel

Es liegt in der Verantwortung des Brand Partners, sicherzustellen, dass auf dem Konto ausreichend Guthaben vorhanden ist, um reguläre Bestellungen und Treueprogrammbestellungen abzudecken. Nicht abgebuchte Beträge können von Provisionen oder einer möglichen Gutschrift auf Ihrem Young Living-Konto abgebogen werden.

10.3 SEPA Zahlungen

Young Living behält sich das Recht vor, Ihr Young Living Kundenkonto für die Nutzung von SEPA als Bezahlungsart zu blockieren, wenn Ihre Bezahlung mehr als drei Mal retour gebucht wurde.

Young Living behält sich auch das Recht vor, das Young Living Kundenkonto vor der vierten Rückbuchung für die Nutzung von SEPA als Zahlungsart zu blockieren, wenn Young Living annehmen muss, dass Produkte mit betrügerischen Absichten bestellt werden und wenn bereits ein größerer Betrag aussteht. Unbezahlte Waren wegen einer SEPA Rückbuchung sind immer noch Eigentum von Young Living da keine Übertragung des Eigentums vorgenommen wurde. Young Living behält sich das Recht vor, alle notwendigen Durchsetzungsmaßnahmen zu ergreifen, eingeschlossen aber nicht beschränkt auf das Terminieren eines Brand Partner Kundenkontos, um Young Livings Eigentum zurück zu erhalten oder das Eintreiben des ausstehenden Betrags mit rechtlichen Mitteln.

10.4 Provisions- und Bonuszahlungen

Der Brand Partner hat die Möglichkeit, die Provisionen und Boni in Form einer Gutschrift auf dem Young Living-Konto einzubehalten.

Das Guthaben kann für zukünftige Einkäufe verwendet werden.

Bitte schriftlich den Kundenservice kontaktieren wenn diese Option gewählt wird und dabei den Namen, die YL ID Nummer, den Betrag und die letzten vier Stellen der IBAN angeben. Die Bankdetails müssen vor der Anfrage vom Brand Partner im Virtual Office eingegeben werden.

II. Produktrückgaberichtlinie

Young Living behält das Recht vor, jede Rücksendung und jeden Austausch von Fall zu Fall zu beurteilen. Rücksendungen führen dazu, dass Werbeaktionen, Gutschriften, Provisionen und Boni angepasst oder storniert werden, und zwar sowohl für die Person, die die Rücksendung vornimmt, als auch für alle Mitglieder des Support-Teams, die für solche Käufe eine Vergütung erhalten haben.

II.1 Widerrufsrecht/Vertragsauflösung

Die Brand Partner Vereinbarung (Vertrag) kann von beiden Parteien ohne Angabe von Gründen innerhalb von vierzehn (14) Tagen nach Annahme des Vertrags widerrufen werden. Um das Widerrufsrecht auszuüben, müssen Brand Partner Young Living per Brief oder E-Mail über ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Alle innerhalb dieser 14 Tage erworbenen Produkte können zum vollen Kaufpreis zurückgegeben werden. Es liegt jedoch in der Verantwortung des Brand Partners, sicherzustellen, dass die zurückgegebenen Produkte wieder im Lager von Young Living eintreffen. Falls die zurückgesendeten Produkte nicht im Lager von Young Living eintreffen, wird der Kaufpreis nicht erstattet. Die Kosten für die Rücksendung der Produkte an Young Living trägt der Brand Partner.

II.2 Rückgaberichtlinien

Bei Unzufriedenheit mit einem Young Living Produkt kann dieses zurückgegeben werden:

- Für jedes ungeöffnete Produkt wird innerhalb von 30 Tagen nach Versand eine volle Rückerstattung des Kaufpreises und der geltenden Umsatzsteuer (abzüglich Versandkosten) mit derselben Zahlungsmethode gewährt.
- Bei geöffneten Produkten wird dem Young Living-Konto des Brand Partners innerhalb von 30 Tagen nach Versand der Kaufpreis zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer (abzüglich Versandkosten) gutgeschrieben.
- Bei jedem geöffneten oder ungeöffneten Produkt wird dem Young Living-Konto des Brand Partners bis zu 90 Tage nach dem Versand der Kaufpreis zuzüglich der geltenden Umsatzsteuer (abzüglich

Versandkosten und einer Bearbeitungsgebühr von 10 %) gutgeschrieben. Das Guthaben, das für geöffnete Produkte verliehen wird, hängt von dem Prozentsatz des verbrauchten zurückgegebenen Produktes ab. Wenn zum Beispiel 50 % des Produktes zurückgegeben werden, wird ein Guthaben über 50 % (abzüglich der Versandkosten und 10 % Bearbeitungsgebühr) verliehen.

Wenn die Produkte an Nicht-Brand Partner verkauft werden, ist der verkaufende Brand Partner verpflichtet, diesen die gleichen Rückgabebedingungen zu gewähren, wie in diesem Abschnitt beschrieben. Brand Partner sind außerdem dafür verantwortlich, das Produkt innerhalb von 10 Tagen nach Erhalt der Rücksendung vom Nicht-Brand Partner an Young Living zurückzusenden. Young Living erstattet oder akzeptiert keine Rücksendungen direkt von Nicht-Brand Partnern. Übermäßige Rücksendungen können als Verstoß gegen die Rückgaberichtlinien von Young Living angesehen werden und können zur Aussetzung der Rückgaberechte und/oder der Suspension der Vertriebsorganisation führen. Für beschädigte oder falsche Produktlieferungen fallen keine Gebühren an. Bei der Rückgabe von für den persönlichen Gebrauch gekaufte NFR-Produkten, bitte die Rückgabebestimmungen der USA beachten.

II.3 Rückgabe von Inventar durch Brand Partner

Wenn ein Brand Partner die Vereinbarung kündigt, kann der Brand Partner sämtliche in den vorangegangenen 12 Monaten erworbenen Produktbestände oder Verkaufshilfen gegen Erstattung des Kaufpreises zurückgeben, wenn der Brand Partner die Waren nicht verkaufen oder verwenden kann.

Sofern gesetzlich nichts anderes vorgeschrieben ist, dürfen Brand Partner nur Produkte und Verkaufshilfen zurückgeben, die sich in einem wiederverkaufsfähigen Zustand befinden. Als Wiederverkaufszustand gilt der gleiche ungeöffnete Zustand wie beim Neukauf.

Der Brand Partner muss die Produkte an Young Living zurücksenden, die Versandkosten im Voraus bezahlen und ein Schreiben beifügen, in dem er erklärt, dass er die Vereinbarung kündigen und eine Rückerstattung erhalten möchte. Nach Erhalt der Produkte werden 90 % des Nettokaufpreises abzüglich der Versandkosten erstattet.

Young Living wird von der Rückerstattung sämtliche Provisionen, Boni oder andere Anreize abziehen, die aufgrund des zurückgegebenen Produkts ausgezahlt wurden. Nach Kündigung des Brand Partner-Kontos

hat der Brand Partner ab dem Kündigungsdatum 90 Tage Zeit, um mit Young Living den Rückkauf aller zurückzugebenden Produkte zu vereinbaren. Der Brand Partner erkennt an, dass er Produkte nicht mehr als 90 Tage nach dem Kündigungsdatum zurückgeben kann.

11.4 Produkt-Kits

Alle Produkt-Kits (Sets) und Produktkollektionen von Young Living müssen als Ganzes verkauft werden. Brand Partnern ist der Verkauf einzelner Artikel aus Produkt-Kits und Produktkollektionen untersagt, genau wie das Ermutigen davon innerhalb der Vertriebsorganisation.

Alle Produkt-Kits, die an Young Living zurückgegeben werden, müssen komplett sein, sonst gibt es keinen Austausch oder Erstattung für das Set. Einzelprodukte aus Sets können nicht zurückgegeben und erstattet werden.

11.5 Rückgabe von Promotionsartikeln

Für alle kostenlosen Produkte, die bei Kauf eines anderen, qualifizierenden Produktes enthalten waren oder durch ein „Zwei für Eins“ Angebot gekauft wurden, werden Rückgaben wie folgt vorgenommen:

- a. Wenn ein qualifizierter Kauf ganz oder teilweise zurückgegeben wird und somit die Berechtigung zum Erhalt des kostenlosen Artikels verfällt, müssen die beworbenen Produkte ebenfalls zurückgegeben werden, andernfalls werden dem Brand Partner die kostenlosen Produkte in Rechnung gestellt.
- b. Wenn eines der „Zwei für Eins“ Produkte zurückgegeben wird, erhält der Kunde/Brand Partner von Young Living dafür kein Guthaben, da angenommen wird, dass es sich bei dem zurückgegebenen Produkt, um das kostenlos beigefügte handelt. Wenn beide Produkte eines „Zwei für Eins“ Angebots zurückgegeben werden, bekommt der Brand Partner/Kunde den Kaufpreis für das gekaufte Produkt als Guthaben gutgeschrieben.

11.6 Rückgabeverfahren

Die folgenden Verfahren gelten für alle Rücksendungen zwecks Rückerstattung, Rückkauf oder Umtausch. Für gekündigte Brand Partner Vereinbarungen gilt ein gesondertes Rückgabeverfahren (siehe Ziffer 38 „Kündigung“ in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Brand-Partner-Vereinbarung).

- a. Der Kunde oder Brand Partner, der ein Produkt direkt von Young Living gekauft hat, muss alle Produkte zurückgeben. In dem Fall, dass ein Kunde oder Brand Partner ein Produkt zurücksendet, wird es geprüft und getestet.
- b. Alle Produkte müssen in den originalen Behältern zurückgesendet werden (z.B. Glasflasche). Wenn ein zurückgesandtes Produkt nicht im Vertriebszentrum des Unternehmens eintrifft, liegt es in der Verantwortung des Brand Partners, die Sendung zu verfolgen. Young Living ist nicht haftbar für verlorene oder beschädigte Produkte. Wir empfehlen daher, dass Rückgaben mit Kurierdiensten oder registrierten Postdiensten vorgenommen werden und der Beleg für den Versand aufbewahrt wird.
- c. Die Sendung muss eine Return Merchandise Authorisation Nummer (RMA) enthalten, die der Kundenservice von YL Europe ausgibt. Die RMA-Nummer muss außen auf jedem Paket vermerkt sein. Andernfalls wird die Sendung an den Brand Partner und/oder Kunden zurückgeschickt und der Brand Partner und/oder Kunde trägt die entsprechenden Kosten.
- d. Die Versandkosten für zurückgesandte Waren werden, sofern YL ein Verschulden trifft, bis zu einem Höchstbetrag von 20 Euro oder 200 SEK (je nachdem, was zutrifft) als Gutschrift auf das YL Konto erstattet.
- e. Das Umtauschvolumen wird in dem Monat gezählt, in dem die Umtauschtransaktion durchgeführt wurde.
- f. Es gibt keine Erstattung oder Austausch eines Produktes, das mehrfach hintereinander gekauft wurde, es sei denn das Produkt ist beschädigt.
- g. Guthaben/Erstattungen werden gewährt, wenn Young Living die Produkte erhalten hat.
- h. Kunden/Brand Partner sind dafür verantwortlich sicherzustellen, dass Produkte in gutem Zustand zurückgegeben werden.
- i. Der Brand Partner, der Produkte direkt von Young Living gekauft hat, muss alle Produkte zurückgeben. Brand Partner müssen vor der Rücksendung von Artikeln eine Rücksendenummer (RMA) vom Kundenservice einholen und diese außen auf dem Paket anbringen. Young Living akzeptiert keine Rücksendungen von Brand Partnern ohne angezeigte RMA oder ein ausgefülltes „Produktrückgabe-, Versanddiskrepanzen-, Schadensersatzformular“ im Anhang.

11.7 Rücksendeadresse

Je nach dem Land, aus dem die Produkte versandt wurden:

Young Living Europe B.V.

RETURN

Albert Harkemaweg 66
9831 TA Aduard, Niederlande

oder

Young Living d.o.o.

RETURN Kninska 7

21204 Dugopolje, Kroatien

Bitte die RMA Nummer hinzufügen.

12. Brand Partner-Kontoverwaltung

12.1 Änderungen in einem Brand Partner-Kundenkonto

Der Brand Partner muss Young Living umgehend über alle Änderungen der im Brand Partner-Antrag enthaltenen Informationen informieren. Der Brand Partner kann seine vorhandenen Informationen aktualisieren, indem er eine schriftliche Anfrage mit Angabe der Änderungen an den Kundenservice sendet oder die entsprechenden Änderungen im Virtual Office auf der Unternehmens-Website vornimmt. Zu den im Rahmen dieses Absatzes zulässigen Änderungen gehört nicht die Änderung des Sponsors oder der Steuerinformationen.

Sponsoren und Einschreibern ist es nicht gestattet, Änderungen am Kundenkonto im Namen anderer zu beantragen oder solche Anfragen weiterzuleiten.

12.2 Wechsel des Einschreibers/Sponsors

Um die Integrität aller Marketingorganisationen und die harte Arbeit von allen Brand Partnern zu schützen, rät Young Living stark von einem Sponsorenwechsel ab. Young Living erkennt aber an, dass es in seltenen Fällen mildernde Umstände gibt, die einen Sponsorenwechsel erfordern.

Eine Anfrage auf Sponsorenwechsel kann entsprechend nur unter den folgenden Umständen in Erwägung gezogen werden:

Ein Wechsel kann nur unter den folgenden Umständen in Erwägung gezogen werden:

- Neu eingeschriebenen Brand Partnern ist innerhalb der ersten 30 Kalendertage nach

der Anmeldung ein (1) kostenloser Sponsor-/Einschreiberwechsel gestattet. Sponsor-/Einschreiberwechselanfragen können direkt über das Telefon gemacht werden, wenn dies innerhalb der ersten fünf (5) Tage nach Einschreibung erfolgt. Nach 5 Tagen, aber innerhalb von 30 Tagen, muss die Anfrage per Post, E-Mail, Fax oder in einer anderen Form wie von Young Living gewünscht, erfolgen. Anfragen nach den ersten fünf Tagen müssen per E-Mail oder in einer anderen Form wie von Young Living gewünscht unter kundenservice@youngliving.com eingehen. Die E-Mail oder das Formular müssen direkt von dem neuen Brand Partner oder dem Einschreiber des neuen Brand Partners kommen und von der E-Mail-Adresse versendet werden, die bei Young Living gespeichert ist. Anfragen können nicht von anderen Brand Partnern gestellt werden, auch nicht in Form einer weitergeleiteten E-Mail.

- Sponsorwechsel müssen vor dem Ende jedes Kalendermonats erfolgen, um in diesem Monat anerkannt zu werden. Wenn der Sponsorenwechsel nach dem letzten Kalendertag des Monats, aber innerhalb von 30 Tagen nach der Anmeldung eingereicht wird, wird der Sponsorenwechsel erst im darauffolgenden Monat anerkannt. Young Living ist nicht für eine Verzögerung beim Sponsorenwechsel verantwortlich, die auf die Rechtzeitigkeit der Einreichung eines Antrags auf Sponsorenwechsel wie hierin beschrieben und innerhalb von dreißig (30) Tagen zurückzuführen ist. Wenn innerhalb von dreißig (30) Tagen sowohl der Einschreiber als auch der Brand Partner in der Downline einen Antrag auf einen Sponsor-/Einschreiberwechsel einreichen, hat der Antrag des Brand Partners in der Downline immer Vorrang. Der Brand Partner oder Einschreiber kann sich innerhalb einer Frist von dreißig (30) Tagen an dem europäischen Kundenservice wenden, um den Antrag auf einen Sponsorenwechsel einzureichen.

Nur neu registrierte Brand Partner und reaktivierte Brand Partner sind berechtigt, innerhalb von dreißig (30) Tagen nach der Registrierung oder Reaktivierung einen Sponsorenwechsel für ihre individuellen Konten zu beantragen. Solche Änderungen können nicht auf Anfrage der Upline, des Support-Teams oder von Familienmitgliedern vorgenommen werden.

- Unter außergewöhnlichen, mildernden Umständen kann ein Brand Partner nach Ablauf von dreißig (30) Tagen nach der Einschreibung einen Sponsorenwechsel beantragen, indem er ein Drei Aktive Upline Formular ausfüllt und eine nicht erstattungsfähige Bearbeitungsgebühr von 35 US-Dollar an Young Living Europe B.V. zahlt.

Unter „Drei aktiven Uplines“ versteht man die drei (3) Brand Partner in der Upline des Brand Partners, die in sechs (6) aufeinanderfolgenden Monaten aktiv 100 PV generiert haben. Die nicht erstattungsfähige Bearbeitungsgebühr von 35 US-Dollar (25 € / 22 £ / 280 SEK (+ MwSt)) muss entweder mit der angegebenen Zahlungsmethode oder per Kredit-/Debitkarte bezahlt werden und wird bei Ablehnung der Anfrage zum Sponsorenwechsel nicht erstattet. Young Living wird einen Sponsorenwechsel erst in Betracht ziehen, wenn alle Unterlagen mit den erforderlichen Unterschriften vorliegen.

Falls einer der Upline-Brand Partner nicht innerhalb einer Frist von sechzig (60) Tagen antwortet, kann der Brand Partner beantragen, auf den Sponsor seiner/ ihrer Wahl übertragen zu werden.

- Der Brand Partner muss nachweisen, dass er sich nach bestem Gewissen bemüht hat, alle drei Upline-Sponsoren zu kontaktieren. Die Bemühungen nach bestem Gewissen erfordern, dass der Brand Partner ausreichende Beweise dafür liefert, dass er über einen Zeitraum von sechzig (60) Tagen versucht hat, den Upline-Brand Partner per E-Mail usw. zu kontaktieren und dass der Upline-Brand Partner die Anfrage ignoriert oder nicht darauf reagiert hat. Der Nachweis muss bei EU Resolutions unter euresolutions@youngliving.com eingereicht werden. Wenn der Brand Partner keinen Nachweis für seine Bemühungen nach besten Gewissen erbringen kann, kann Young Living den Antrag nach eigenem Ermessen ablehnen. Wenn ein Sponsorenwechsel über die drei aktiven Uplines erfolgreich ist, wird die ursprüngliche Organisations-Downline des Brand Partners in die nächste Upline aufgenommen und verbleibt in der ursprünglichen Genealogie. Wenn es einen Streit bezüglich der Unterschrift einer oder mehrerer der drei aktiven Upline-Genehmigungen gibt, untersucht das Conduct & Education-Team die Genehmigungen und Young Living kann den Antrag auf Sponsorenwechsel ablehnen und den Brand Partner wieder auf den ursprünglichen Sponsor setzen. Dreißig (30) Tage nach der ersten Einschreibung als Brand Partner sind keine Änderungen des Einschreibers mehr zulässig. Young Living behält sich das Recht vor, alle Sponsorwechselanfragen nach eigenem Ermessen zu genehmigen und/oder abzulehnen. Wenn nach einer Untersuchung Beweise dafür vorliegen, dass eine Person die Richtlinie zum Sponsorenwechsel unter Verletzung der Vereinbarung genutzt hat, kann Young Living den Sponsorenwechsel nach eigenem Ermessen rückgängig machen, unabhängig davon, wann der Verstoß entdeckt wurde.

- Wenn ein Brand Partner von seinen drei aktiven Uplines nicht die Genehmigung erhält, kann der Brand Partner sich dafür entscheiden, sechs Monate lang keine Bestellung aufzugeben, um einen Wechsel zu einem neuen Sponsor zu bewirken. Nach Ablauf von sechs Monaten kann der Brand Partner einen Sponsorenwechsel beantragen, indem er eine E-Mail an euresolutions@youngliving.com sendet und eine Gebühr von 25 € / 22 £ / 280 SEK (+ MwSt.) entrichtet. Der neue Sponsor kann der Einschreiber werden.
- Wenn der Brand Partner zwölf (12) aufeinanderfolgende Monate lang keine Bestellung aufgegeben oder mindestens 50 kumulative PV generiert hat, wird das Brand Partner-Konto nach zwölf (12) Monaten Inaktivität etwa in der Mitte des Folgemonats wegen Inaktivität gelöscht. Die bestehende Downline wird in die nächste Upline aufgenommen und verbleibt in der ursprünglichen Genealogie. Nach der Reaktivierung eines wegen Inaktivität gekündigten Kontos kann sich der Brand Partner unter einem neuen Sponsor und Einschreiber anmelden.

Anfragen können nicht durch einen anderen Brand Partner eingerichtet werden. Young Living genehmigt keine Sponsorenwechselanfragen, die nach Auffassung des Unternehmens darauf abzielen, die Zahlungen im Rahmen des Vergütungsplans zu manipulieren und behält sich das Recht vor, jederzeit und nach eigenem Ermessen Sponsorenwechsel vorzunehmen, aus beliebigen Gründen.

Anträge auf Sponsorenwechsel, die mutmaßlich auf eine Manipulation der Zahlungen im Rahmen des Vergütungsplans abzielen, können von Young Living abgelehnt werden. Jeder Sponsorenwechsel, der einen sofortigen Rangaufstieg eines Support Team Brand Partners zur Folge hat, wird abgelehnt.

Wenn sich ein Brand Partner im Vormonat bei Young Living eingeschrieben oder Produkte bestellt hat und seinen Sponsor oder Einschreiber innerhalb der ersten fünf Werktage des Monats wechselt, kann sich diese Änderung auf Rang, Qualifikation und Auszahlung des Vormonats auswirken.

12.3 Verzicht auf Ansprüche

BRAND PARTNER, DIE DIE IM ABSCHNITT „WECHSEL DES EINSCHREIBERS UND/ODER DES SPONSOREN“ BESCHRIEBENEN VERFAHREN ZUR EINSCHREIBER- UND/ODER SPONSORENWECHSEL NICHT BEFOLGEN, GEHEN DAS RISIKO EIN, DASS YOUNG LIVING EINE SOLCHE ÄNDERUNG NICHT

GENEHMIGT. BRAND PARTNER VERSTEHEN UND STIMMEN ZU, DASS, SOWEIT GESETZLICH ZULÄSSIG, WEDER YOUNG LIVING NOCH SEINE LEITENDEN ANGESTELLTEN, DIREKTOREN, EIGENTÜMER, MITARBEITER ODER VERTRETER FÜR JEGLICHE SCHÄDEN VERANTWORTLICH GEMACHT WERDEN KÖNNEN, DIE SICH AUF DIE ENTSCHEIDUNG VON YOUNG LIVING BEZÜGLICH DER VERORDNUNG EINER EINSCHREIBUNG UND/ODER DES SPONSERN EINER VERTRIEBSORGANISATION BEZÜGLICH DER NICHTBEFOLGUNG DER VERFAHREN IM ABSCHNITT „WECHSEL DES EINSCHREIBERS UND/ODER DES SPONSOREN“ BEZÜGLICH DES SPONSORENWECHSELS ENTSTEHEN, UND BRAND PARTNER VERZICHTEN AUF JEGLICHE UND ALLE ANSPRÜCHE IN DIESEM ZUSAMMENHANG.

- Berichte verwenden, um unter Verletzung der Vereinbarung mit Young Living in Konkurrenz zu treten.
- Berichte verwenden, um in den Berichten aufgeführte Brand Partner oder Kunden abzuwerben oder anzuwerben oder sich an Verhaltensweisen zu beteiligen, die durch die Vereinbarung verboten sind.
- Informationen aus Berichten an Personen, Partnerschaften, Verbände, Unternehmen oder andere juristische Personen weitergeben oder verwenden
- Berichte verwenden, um den Vergütungsplan zu manipulieren oder dies zu versuchen, auch unter Verstoß gegen die Vereinbarung.

12.4 Einschreiber- und/oder Sponsor-Programm

Wenn sich ein neuer Brand Partner ohne einen ausgewiesenen Sponsor oder Einschreiber anmeldet, gilt er als Waise. Wenn Young Living dem Waisen einen Sponsor oder Einschreiber zuweist, liegt dies in seinem alleinigen Ermessen.

12.5 Brand Partner Business-Organisationsberichte

Genealogieberichte zu Vertriebsorganisationen („Berichte“) sind optional und können jederzeit bestellt werden. Brand Partner mit einer von Young Living gesponserten persönlichen Website können auf Anfrage einen kostenlosen Downline-Bericht pro Monat per E-Mail erhalten. Für alle weiteren E-Mail-Berichte fallen jeweils die angegebenen Beträge an. Brand Partner, die keine von Young Living gesponserte persönliche Website haben, zahlen den angegebenen Betrag für jeden angeforderten Bericht. Brand Partner, die den Bericht per Fax oder Post erhalten möchten, müssen den angegebenen Betrag pro Seite zahlen. Young Living behält sich das Recht vor, die in diesem Abschnitt beschriebenen Gebühren zu ändern.

Genealogieberichte für Vertriebsorganisationen stellen vertrauliche Informationen gemäß der Vereinbarung dar. Ohne Einschränkung dieser Verpflichtungen dürfen Brand Partner Berichte ausschließlich für die Entwicklung und Unterstützung ihrer Vertriebsorganisation verwenden. Insbesondere ist es Brand Partnern während und nach der Kündigung der Vereinbarung durch eine der Parteien aus beliebigem Grund folgendes nicht gestattet:

- Weitergabe aller in den Berichten enthaltenen Informationen an Dritte.

Nach Kündigung ihres Kontos oder auf entsprechende Aufforderung durch Young Living werden die Brand Partner (i) das Original und sämtliche Kopien der Berichte (einschließlich elektronischer Dateien) an Young Living zurückgeben oder (ii) sämtliche in ihrem Besitz befindlichen Kopien aller Berichte in Papierform, in elektronischer Form oder in einem anderen Format vernichten und Young Living einen Nachweis über diese Vernichtung vorlegen. Die in diesem Abschnitt enthaltenen Verpflichtungen bleiben auch nach Beendigung dieser Vereinbarung bestehen und können durch einstweilige Verfügung, Schadensersatz und alle anderen verfügbaren Rechtsmittel gerichtlich durchgesetzt werden. Die Brand Partner verstehen und stimmen außerdem zu, dass Young Living, wenn es in einem Gerichtsverfahren zur Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt obsiegt, Anspruch auf Erstattung aller Kosten und angemessenen Anwaltshonorare hat, die bei der Durchsetzung seiner Rechte gemäß diesem Abschnitt anfallen.

13. Disputbeilegung und vertragliche Sanktionen

13.1 Dispute mit anderen Brand Partnern

Wenn ein Brand Partner eine Beschwerde oder Beanstandung gegen einem anderen Brand Partner bezüglich einer Praxis oder eines Verhaltens in Bezug auf das eigene Young Living Geschäft hat, muss diese schriftlich per E-Mail oder Post an Young Living Europe B.V. gemeldet werden. In der Beschwerde sollten konkrete Fälle des angeblichen Fehlverhaltens genannt werden. Außerdem sollten, soweit möglich, die relevanten Daten, an denen die beanstandeten Vorkommnisse stattfanden, der/die Ort(e), an dem/

denen sie stattfanden, sowie alle Personen aufgeführt werden, die aus erster Hand Kenntnis von dem Fehlverhalten haben. Nach Erhalt einer schriftlichen Beschwerde untersucht das Team von Young Living Europe B.V. die Angelegenheit, überprüft die geltenden Richtlinien und trifft eine Entscheidung darüber, wie der Streit beigelegt werden soll.

13.2 Individuelle Schiedsvereinbarung

Die individuelle Schiedsvereinbarung in diesem Abschnitt 13.2 bleibt auch nach Beendigung der Vereinbarung bestehen.

DIESE INDIVIDUELLE SCHIEDSVEREINBARUNG HAT AUSWIRKUNGEN AUF DIE BEILEGUNG VON STREITIGKEITEN JEDLICHER ART, DIE ZWISCHEN DEM BRAND PARTNERN EINERSEITS UND YOUNG LIVING UND/ODER VERBUNDENEN PARTEIEN ANDERERSEITS ENTSTEHEN. SOFERN HIERIN NICHT AUSDRÜCKLICH ETWAS ANDERES BESTIMMT IST, VERZICHTEN DIE PARTEIEN HIERMIT AUF IHR JEWEILIGES RECHT AUF EIN GERICHTSVERFAHREN ODER EINER ANRUFUNG VOR GERICHT, UM EINE ZEITNAHE, EFFIZIENTE UND KOSTENGÜNSTIGE BEILEGUNG DER STREITIGKEITEN IM GRÖßTMÖGLICHEN UMFANG ZU UNTERSTÜTZEN.

Brand Partner und Young Living (jeweils zusammen mit den jeweils verbundenen Parteien, soweit zutreffend, eine „Partei“ und gemeinsam die „Parteien“) verstehen und stimmen zu, dass diese individuelle Schiedsvereinbarung als separate und eigenständige Vereinbarung zwischen den Parteien gilt, die vom Rest der Vereinbarung trennbar ist und ungeachtet der Durchsetzbarkeit anderer Bestimmungen der Vereinbarung durchsetzbar ist. Die Parteien sind sich darüber hinaus darüber im Klaren und stimmen zu, dass die fehlende Durchsetzbarkeit der gesamten oder teilweisen Vereinbarung nicht als Begründung für die fehlende Durchsetzbarkeit dieser individuellen Schiedsvereinbarung herangezogen werden kann. Die Gegenleistung für diese individuelle Schiedsvereinbarung umfasst unter anderem die gegenseitige Vereinbarung der Parteien, Streitigkeiten durch ein Schiedsverfahren beizulegen.

Ungeachtet anderslautender Bestimmungen in der Vereinbarung wird jede Änderung dieser individuellen Schiedsvereinbarung durch Young Living nur wirksam, wenn der Brand Partner einer solchen Änderung ausdrücklich zustimmt. Ein Brand Partner kann seine Zustimmung zu einer solchen vorgeschlagenen Änderung dadurch signalisieren, dass er die der vorgeschlagenen Änderung beigefügten Anweisungen befolgt. Young Living kann die Vereinbarung mit jedem Brand Partner kündigen, der einer vorgeschlagenen Änderung der individuellen Schiedsvereinbarung nicht innerhalb von dreißig (30)

Tagen nach Bekanntgabe der Änderung zustimmt. Eine solche Änderung gilt für sämtliche Ansprüche oder sonstige Streitigkeiten, die von den Parteien am oder nach dem Tag des Inkrafttretens der Änderung vorgebracht werden, ungeachtet des Zeitpunkts des Auftretens oder Entstehens der diesen Ansprüchen oder Streitigkeiten zugrunde liegenden Tatsachen.

Obwohl die Vereinbarung zwischen Brand Partner und Young Living geschlossen wird, sind die mit Young Living verbundenen Unternehmen, Eigentümer, Mitglieder, Manager, Direktoren und Mitarbeiter (die „Verbundenen Parteien“) beabsichtigte Drittbegünstigte der Vereinbarung im Sinne der Bestimmungen der Vereinbarung, die sich speziell auf sie beziehen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf diese individuelle Schiedsvereinbarung. Die Parteien erkennen an, dass nichts hierin Enthaltene dazu bestimmt ist, eine Beteiligung, Verantwortung oder Haftung der verbundenen Parteien hinsichtlich jeglicher Geschäfte zwischen Brand Partner und Young Living zu begründen. Die Parteien erkennen weiterhin an, dass nichts hierin Enthaltene von einer von ihnen als Verzicht der verbundenen Parteien auf jegliche Verteidigung ausgelegt werden kann, die die verbundenen Parteien andernfalls in Bezug darauf hätten, ob sie ordnungsgemäß als Partei in einen Streit zwischen den Parteien einbezogen werden können.

Sollte sich eine Bestimmung dieser individuellen Schiedsvereinbarung in ihrer aktuellen oder geänderten Fassung aus irgendeinem Grund als ungültig oder nicht durchsetzbar erweisen, wird diese Bestimmung abgetrennt und die abgetrennte Bestimmung nur insoweit neu formuliert, als dies für ihre Durchsetzbarkeit erforderlich ist. Die übrigen Bestimmungen der individuellen Schiedsvereinbarung bleiben in vollem Umfang gültig und wirksam.

Sofern hierin nichts anderes bestimmt ist, werden Kontroversen, Ansprüche oder Streitigkeiten jeglicher Art, die zwischen dem Brand Partner auf der einen Seite und Young Living und/oder den verbundenen Parteien auf der anderen Seite entstehen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf jene, die aus der Vereinbarung oder deren Verletzung entstehen oder damit in Zusammenhang stehen; dem Verkauf, Kauf oder der Verwendung von Produkten oder Dienstleistungen von Young Living; oder der kommerziellen, wirtschaftlichen oder sonstigen Beziehung der Parteien, unabhängig davon, ob solche Ansprüche auf Rechten, Privilegien oder Interessen beruhen, die durch Gesetz, Vertrag, Deliktsrecht, Zivilrecht, Gewohnheitsrecht oder anderweitig anerkannt sind oder darauf beruhen („Streitigkeit“), durch ein bindendes Schiedsverfahren wie hierin vorgesehen beigelegt.

Sofern hierin nichts anderes bestimmt ist, werden alle Streitigkeiten zur Beilegung einem verbindlichen Schiedsverfahren im Bundesstaat, in dem der Brand Partner ansässig ist, gemäß den Regeln der Judicial Arbitration and Media Services (JAMS) und dieser individuellen Schiedsvereinbarung unterzogen, die im Falle eines Konflikts maßgebend ist, sofern die Gesetze des Bundeslandes oder der Provinz, in der der Brand Partner ansässig ist, nicht ausdrücklich etwas anderes vorschreiben. Die JAMS-Regeln und -Verfahren sind unter jamsadr.com verfügbar und werden auf Anfrage an conduct@youngliving.com bereitgestellt.

SOWEIT GEMÄß GELTENDEM RECHT ZULÄSSIG, VEREINBAREN DIE PARTEIEN (EINSCHLIEßLICH DER VERBUNDENEN PARTEIEN), DASS JEDE PARTEI EINEN ANSPRUCH ODER GEGENANSPRUCH NUR IN IHRER INDIVIDUELLEN EIGENSCHAFT GELTEND MACHEN KANN UND NICHT ALS KLÄGER ODER IM RAHMEN EINER SAMMELKLAGE IN EINEM MUTMÄßLICHEN SAMMEL-, KOLLEKTIV-, KONSOLIDIERTEN, MASSEN- ODER REPRÄSENTATIVVERFAHREN. UNGEACHTET GEGENTEILIGER BESTIMMUNGEN IN DEN JAMS-REGELN SIND DIE SCHIEDSRICHTER NICHT BEFUGT, STREITIGKEITEN DER PARTEIEN AUF SAMMEL-, KOLLEKTIV-, KONSOLIDIERTER, MASSEN- ODER REPRÄSENTATIVER BASIS ZU VERHANDELN. DEMENTSPRECHEND DÜRFEN DIE SCHIEDSRICHTER NICHT DIE STREITIGKEITEN MEHRERER PERSONEN KONSOLIDIEREN UND AUCH NICHT ANDERWEITIG EIN VERFAHREN AUF NICHT-INDIVIDUELLER BASIS LEITEN, AUSSER MIT DER SCHRIFTLICHEN ZUSTIMMUNG ALLER PARTEIEN EINES SCHIEDSVERFAHRENS.

SOWEIT EIN VERZICHT AUF DAS RECHT, ANSPRÜCHE ODER GEGENANSPRÜCHE REPRÄSENTATIV VOR GERICHT VERHANDELN ZU LASSEN, GESETZLICH NICHT ZUGELASSEN IST, VEREINBAREN DIE PARTEIEN, DASS DERARTIGE ANSPRÜCHE BIS ZUM ERGEBNIS ETWAIGER EINZELNER STREITIGKEITEN IM SCHIEDSVERFAHREN AUSGESETZT WERDEN. DIE PARTEIEN STIMMEN FERNER ZU, DASS IM FALLE DER AUFHEBUNG EINES SOLCHEN AUSSETZUNGSVORSCHUSSES, SOFERN DIES NICHT DURCH GELTENDE GESETZE UNTERSAGT IST, DERARTIGE ANSPRÜCHE GEMÄß DEN IN ABSCHNITT B ENTHALTENEN GESETZE, DER GERICHTSBARKEIT UND DEM GERICHTSSTAND VERHANDELT WERDEN.

Schiedsverfahren: Ungeachtet der JAMS-Regeln gilt für alle Schiedsverfahren Folgendes:

- Die Parteien sind sich darüber einig, dass Zeit von entscheidender Bedeutung ist.
- Das Schiedsverfahren wird in der Landessprache durchgeführt (mit entsprechenden Dolmetschern, falls erforderlich).
- Den Parteien wird für die Darstellung ihrer

jeweiligen Fälle, einschließlich Kreuzverhöre, gleich viel Zeit eingeräumt.

- Die Entscheidung des Schiedsrichters ist endgültig und für die Parteien bindend und kann bei Bedarf durch ein Gerichtsurteil verhandelt werden. Eine Partei kann jedoch gegen bestimmte Schiedssprüche Berufung einlegen, wie unten beschrieben. Alle Anträge oder Klagen zur Bestätigung, Aufhebung, Änderung oder sonstigen Urteilsfindung im Zusammenhang mit dem Schiedsspruch müssen dem hierin enthaltenen Abschnitt 13.3 entsprechen. Darüber hinaus muss jede Partei, die die Durchsetzung eines Schiedsspruchs eines oder mehrerer Schiedsrichter anstrebt, diesen Schiedsspruch im größtmöglichen, rechtlich zulässigen Umfang unter Verschluss einreichen, um den Schutz vertraulicher Informationen zu wahren. Die Parteien vereinbaren hiermit die Einreichung eines solchen Antrags oder einer solchen Verfügung unter Verschluss.
- Der/die Schiedsrichter sind nicht befugt, Strafschadenersatz zuzusprechen, es sei denn, ein anwendbares Gesetz oder eine Satzung sieht ausdrücklich etwas anderes vor.

Ungeachtet der JAMS-Regeln gelten je nach Streitwert bestimmte Verfahren. Bei Streitigkeiten, bei denen der Streitwert weniger als 1.000.000,00 USD (eine Million US Dollar) beträgt, gelten die folgenden Verfahren, sofern die Parteien nichts anderes vereinbaren:

- Das Schiedsverfahren findet innerhalb von 180 Tagen ab dem Datum der Ernennung des Schiedsrichters statt und die abschließende Anhörung dauert nicht länger als fünf Werktage.
- Es wird ein Schiedsrichter aus der Liste der neutralen JAMS-Mitglieder ausgewählt. Dabei gelten die JAMS-Regeln zur Schiedsrichterauswahl.
- Der Schiedsrichter muss die Offenlegung im Einklang mit den Zielen des Schiedsverfahrens einleiten. Die Offenlegung und Weitergabe von Informationen erfolgt gemäß den von JAMS vorgegebenen Regeln, um die üblichen Ziele eines Schiedsverfahrens zu erreichen, darunter eine kosteneffektive und effiziente Beilegung von Streitigkeiten zwischen den Parteien.
- Bei Streitigkeiten und Forderungen, deren Streitwert 1.000.000,00 USD oder mehr beträgt, gelten die folgenden Verfahren, sofern die Parteien nichts anderes vereinbaren:

Es werden drei Schiedsrichter aus der Liste der neutralen JAMS-Mitglieder ausgewählt.

Dabei gelten die JAMS-Regeln zur Schiedsrichterwahl.

Die Parteien sind berechtigt, gegen jeden Schiedsspruch gemäß dem optionalen JAMS-Schiedsverfahren Berufung bei einem Berufungsgremium einzulegen. Die Parteien vereinbaren, für jeden im Rahmen des optionalen Schiedsverfahrens eingelegten Einspruch eine mündliche Verhandlung zu beantragen.

Sofern hierin nichts anderes bestimmt ist, liegt die ausschließliche Befugnis beim Schiedsrichter bzw. bei den Schiedsrichtern, über Anfechtungen seiner Zuständigkeit, den Vorsitz in der Streitigkeit zu führen, zu entscheiden. Dies umfasst auch alle Einwände in Bezug auf Existenz, Umfang oder Gültigkeit dieser individuellen Schiedsvereinbarung und/oder die Schiedsfähigkeit einer Streitigkeit.

Die Parteien verstehen und stimmen zu, dass Young Living über wertvolle Geschäftsgeheimnisse und vertrauliche Informationen verfügt, wie in der Vereinbarung definiert. Die Parteien vereinbaren, alle notwendigen Schritte zu unternehmen, um solche Geschäftsgeheimnisse und vertraulichen Informationen in jedem Verfahren, das gemäß dieser individuellen Schiedsvereinbarung eingeleitet wird, vor der öffentlichen Offenlegung zu schützen.

Kosten des Schiedsverfahrens: Young Living erstattet dem Brand Partner sämtliche Anmelde-, Verwaltungs- und Schiedsrichtergebühren im Zusammenhang mit dem gemäß den Bestimmungen dieser individuellen Schiedsvereinbarung eingeleiteten Schiedsverfahren. Ungeachtet des vorstehenden Satzes ist der Brand Partner im gesetzlich zulässigen Umfang für alle zusätzlichen Gebühren und Kosten verantwortlich, die im Rahmen des Schiedsverfahrens anfallen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Gebühren und Kosten seines Anwalts und Sachverständigen.

Einstweilige Verfügungen und Vollstreckungsmaßnahmen: Sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist, ist keine Partei dazu berechtigt, ein Gerichtsverfahren zu einem Streitfall einzuleiten oder aufrechtzuerhalten, bis dieser Fall vorgelegt und wie hier vorgesehen entschieden wurde, und dann nur zur Durchsetzung eines solchen Schiedsspruchs. Ungeachtet dieser individuellen Schiedsvereinbarung kann sich jede Partei bei Bedarf an ein zuständiges Gericht wenden, um einen Schiedsspruch durchzusetzen oder eine einstweilige Verfügung oder einstweilige Unterlassungsverfügung zu erwirken, um sicherzustellen, dass der im Schiedsverfahren angestrebte Rechtsbehelf während der Dauer eines Schiedsverfahrens oder nach der Verkündung einer Entscheidung nicht wirkungslos wird. Insbesondere und ohne Einschränkung erkennt der Brand Partner an, dass die Abschnitte 3.11.1 und 3.11.2 angemessen und notwendig sind,

um die legitimen Interessen von Young Living zu schützen. Der Brand Partner erkennt außerdem an, dass sein Verstoß gegen diese Bestimmungen und Vereinbarungen Young Living irreparablen Schaden zufügen würde, dessen Höhe und Ausmaß nur sehr schwer abzuschätzen oder festzustellen wären und für den Young Living möglicherweise keine angemessenen Rechtsmittel zur Verfügung stehen. Der Brand Partner stimmt daher zu, dass Young Living Anspruch auf eine einstweilige Verfügung, eine temporäre einstweilige Verfügung, eine Vertragserfüllung oder eine sonstige angemessene Abhilfe hat, die erforderlich sein kann, um den Brand Partner von einem Verstoß gegen diese Bestimmungen und Vereinbarungen oder einer drohenden Verletzung dieser Bestimmungen und Vereinbarungen abzuhalten. Darüber hinaus gilt ungeachtet anderslautender Bestimmungen hierin: Sofern eine Partei die Zuständigkeit eines Staats- oder Bundesgerichts für die Entscheidung über Ansprüche auf eine einstweilige Verfügung oder einen einstweiligen oder vorläufigen Unterlassungsanspruch wie oben beschrieben anfechtet, ist das Gericht, bei dem ein solcher Anspruch geltend gemacht wird, ausschließlich zuständig für die Feststellung, ob es für die Entscheidung über den Antrag einer Partei auf Erlass einer einstweiligen Verfügung oder eines vorläufigen oder vorläufigen Unterlassungsanspruchs zuständig ist. Die Einleitung eines Gerichtsverfahrens stellt keinen Verzicht einer Vertragspartei auf ihr Recht oder ihre Verpflichtung dar, einen Anspruch auf andere als die in diesem Absatz vorgesehenen Abhilfemaßnahmen einem Schiedsverfahren zu unterwerfen.

Leitendes Schiedsverfahren: Ungeachtet der Bestimmungen der JAMS-Regeln sind diese richtungsweisenden Verfahren anzuwenden, wenn mehr als zehn gleichzeitig anhängige Schiedsverfahren im Wesentlichen ähnliche oder sich überschneidende Sachverhalts- oder Rechtsbehauptungen beinhalten. Ungeachtet anderslautender Bestimmungen hierin liegt die Entscheidung über Streitigkeiten darüber, ob diese richtungsweisenden Verfahren auf eine Gruppe von Ansprüchen anwendbar sind, bei einem zuständigen Gericht und nicht bei JAMS oder einem Schiedsrichter.

Die Parteien erkennen an und stimmen darin überein, dass eine große Zahl von Schiedsverfahren mit ähnlichen Vorwürfen zu übermäßigen Transaktionskosten führen wird, unabhängig von der Berechtigung des Falles. Die Parteien erkennen außerdem an und stimmen darin überein, dass es aus logistischen Gründen schwierig oder unmöglich ist, eine große Anzahl im Wesentlichen ähnlicher Fälle gleichzeitig zu schlichten. Die Parteien vereinbaren daher, richtungsweisende Prozessverfahren anzuwenden, die denen ähneln, die Gerichte in Massenschadensersatzprozessen anwenden. Dabei

stützen sie sich auf die Erfahrung der Justiz, dass nach der Urteilsverkündung in einem oder wenigen Fällen die meisten oder alle anderen Fälle beigelegt werden oder sich anderweitig von selbst lösen.

Die Parteien vereinbaren daher, dass im gesetzlich zulässigen Höchstumfang nicht mehr als zehn Fälle/ Schiedsverfahren gleichzeitig aktiv sein dürfen. Alle übrigen Fälle werden ausgesetzt und die Verjährungsfrist wird gehemmt. Die Parteien sind sich darüber im Klaren und stimmen zu, dass sich die Entscheidung des Streitfalls verzögern kann, wenn diese richtungsweisenden Schiedsverfahren zur Anwendung kommen. Sofern die Streitigkeit nicht im Voraus beigelegt wird und ungeachtet anderslautender Bestimmungen hierin, fällen die Schiedsrichter ihre endgültige und verbindliche Entscheidung in allen Streitfällen, die diesen richtungsweisenden Verfahren unterliegen, innerhalb von 180 Tagen nach der ersten vorverhandelnden Konferenz.

Sobald einer der ursprünglich aktiven Fälle gelöst ist (durch Entscheidung, Vergleich oder auf andere Weise), wird er in der Liste der 10 aktiven Fälle/Schiedsverfahren durch ein ausgesetztes Schiedsverfahren ersetzt. Sofern nachstehend nichts anderes bestimmt ist, werden Fälle in der Reihenfolge auf die aktive Liste gesetzt oder dorthin verschoben, in der die Schlichtungsanträge zuerst eingehen. Bis ein Fall auf der Liste der 10 aktiven Fälle steht oder dorthin verschoben wird, wird der von einer Partei für die Einleitung eines Falls gezahlte Betrag zurückerstattet und keine Partei ist verpflichtet, JAMS- oder Schiedsrichtergebühren zu zahlen.

Wenn der Brand Partner außergewöhnliche Härten aufgrund einer Verzögerung gemäß diesem Leitverfahren geltend macht, kann er bei Young Living beantragen, die 10-Fall-Grenze für diesen Fall aufzuheben. Wenn Young Living nicht zustimmt, kann der Brand Partner JAMS ersuchen, den Fall/ das Schiedsverfahren auf die Liste der 10 aktiven Fälle zu setzen, mit der Begründung, dass eine Verzögerung außergewöhnliche Härten verursachen würde. Wenn JAMS eine außergewöhnliche Härte feststellt und dem Antrag stattgibt, entfernt JAMS (basierend auf seiner Feststellung der relativen Härte) einen weiteren Fall aus der Liste der 10 aktiven Fälle/Schiedsgerichtsverfahren und setzt ihn an den Anfang der Liste der ausgesetzten Fälle. Unter keinen Umständen darf JAMS mehr als 10 Fälle/ Schiedsverfahren in den aktiven Status versetzen. Wenn mehr als zehn Härtefallanträgen stattgegeben wird, bestimmt JAMS auf der Grundlage seiner Einschätzung der relativen Härte, welche zehn Fälle/ Schiedsgerichtsverfahren zuerst weiterverfolgt werden.

Opt-out: Brand Partner, die dieser individuellen Schiedsvereinbarung nicht unterliegen möchten,

können dieses vermeiden, indem sie Young Living innerhalb von dreißig (30) Tagen nach Unterzeichnung der individuellen Schiedsvereinbarung durch den Brand Partner schriftlich über ihren Ausstiegswunsch informieren. Zu den zulässigen Mitteilungsformen gehört das Senden einer E-Mail an conduct@youngliving.com

In der E-Mail müssen der Name des Brand Partners und die Absicht, von dieser individuellen Schiedsvereinbarung zurückzutreten, klar angegeben sein. Young Living behält sich das Recht vor, die Vereinbarung mit jedem Brand Partner zu kündigen, der sich von der individuellen Schiedsvereinbarung zurückzieht.

13.3 Gerichtsstand und Ort

Diese Vereinbarung unterliegt niederländischem Recht und ist entsprechend auszulegen. Die Parteien unterwerfen sich hiermit unwiderruflich der ausschließlichen Zuständigkeit der niederländischen Gerichte im Hinblick auf alle Streitigkeiten, die sich hieraus oder aus einem anderen Vertragsverhältnis zwischen den Parteien ergeben, es sei denn, die Gesetze des Staates oder Landes, in dem der Brand Partner seinen Wohnsitz hat, schreiben trotz dieser Gerichtsstandsklausel ausdrücklich etwas anderes vor. Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung erklären sich die Brand Partner mit der Gerichtsbarkeit dieser beiden Foren einverstanden.

13.4 Verzicht auf Sammelklagen

DIE PARTEIEN STIMMEN ZU, DASS JEDE PARTEI STREITIGKEITEN GEGEN DIE ANDERE PARTEI NUR ALS INDIVIDUALISIERTES RECHT VORBRINGEN DARF UND JEDE PARTEI AUF JEDES RECHT VERZICHTET, DAS SIE ANDERWEITIG HABEN KÖNNTE, ALS TEILNEHMER EINER SAMMELKLAGE AN EINEM BESTEHENDEN ODER ZUKÜNFTIGEN SAMMEL- ODER REPRÄSENTATIVEN VERFAHREN TEILZUNEHMEN, EINSCHLIESSLICH, ABER NICHT BESCHRÄNKT AUF SAMMELKLAGEN ODER SAMMELSCHIEDSVERFAHREN AUF BUNDES- ODER STAATSEBENE.

13.5 Vertragliche Sanktionen/ Vertragsbruch

Young Living kann das Brand Partner Konto kündigen oder jede andere Maßnahme ergreifen, die Young Living für angemessen hält, wenn Young Living nach eigenem Ermessen feststellt, dass ein Brand Partner gegen die Bedingungen der Vereinbarung verstößt. Behauptungen, dass ein Brand Partner gegen die Bedingungen der Vereinbarung verstoßen hat, können

dazu führen, dass Young Living eine Untersuchung einleitet, um festzustellen, welches Verhalten (sofern überhaupt) stattgefunden hat und ob dieses Verhalten einen Verstoß gegen die Vereinbarung darstellt.

Wenn Young Living feststellt, dass ein Brand Partner die Vereinbarung wesentlich verletzt hat, kann Young Living die Vereinbarung sofort kündigen oder jede andere Maßnahme ergreifen, die Young Living für angemessen hält. Als wesentlicher Verstoß gegen die Vereinbarung gilt unter anderem das folgende Verhalten:

- Verhalten, das Young Living (oder einen seiner leitenden Angestellten, Vertreter oder Mitarbeiter), die Branche für ätherische Öle, Nahrungsergänzungsmittel und/oder Körperpflegeprodukte oder die Direktvertriebsbranche in irgendeiner Weise in Verruf bringen könnte.
- Verstoß gegen Bundes- oder Landesgesetze oder -vorschriften.
- Einreichen oder Veranlassen einer anderen Person oder Agentur zum Einreichen einer Klage gegen Young Living, die sachlich unbegründet ist oder keine rechtliche Grundlage hat.
- Wiederholte Verstöße gegen die Bedingungen der Vereinbarung.
- An interner Abwerbung teilnehmen oder Doppelkonten erstellen

Wenn Young Living feststellt, dass ein Brand Partner gegen die Vereinbarung verstoßen hat, kann Young Living dem Brand Partner eine Frist von 15 Tagen einräumen, um den Verstoß zu beheben oder gegen die Feststellung von Young Living Berufung einzulegen. Young Living wird dem Brand Partner, der den Verstoß begeht eine schriftliche Mitteilung darüber zukommen lassen, wie dieser den Verstoß beheben kann und bis zu welchem Datum der den Verstoß begehende Brand Partner beheben oder Einspruch erheben muss.

Young Living kann die Vereinbarung kündigen, wenn der Brand Partner, der den Verstoß begeht den Verstoß nicht innerhalb von 15 Tagen nach Erhalt der Mitteilung behebt. Beispiele für Maßnahmen sind unter anderem eine oder mehrere der folgenden:

- Wenn ein Brand Partner unter Verletzung der Brand Partner Vereinbarung über ein beliebiges Medium irreführende, täuschende oder falsche Produkt-, Lebensstil-, Einkommens- oder Entschädigungsansprüche in Bezug auf Young Living kommuniziert, kann Young Living von diesem Brand Partner verlangen, den Verstoß zu beheben, indem er eine schriftliche Erklärung zur Korrektur der irreführenden, täuschenden oder falschen Produkt-, Lebensstil-, Einkommens- oder Entschädigungsansprüche abgibt.

- Wenn ein Brand Partner gegen eine Bestimmung der Vereinbarung verstößt, kann Young Living von diesem Brand Partner verlangen, bei zusätzlichen Überwachungen in der Folge mitzuarbeiten, um sicherzustellen, dass es sich nicht um einen anhaltenden Verstoß handelt.
- Wenn ein Brand Partner gegen eine Bestimmung der Vereinbarung verstößt, kann Young Living von diesem Brand Partner den Verzicht auf sämtliche aus dem Verstoß resultierenden Vorteile verlangen; dazu kann beispielsweise der Verzicht auf eine Prämie, einen Anreiz, eine Provision, einen Bonus, eine Ranganerkennung oder die Teilnahme an von Young Living gesponserten Events für einen bestimmten Zeitraum gehören.

Während Young Living ein Verhalten untersucht, das einen Verstoß gegen die Vereinbarung darstellen könnte, kann Young Living die Provisionen oder Boni des untersuchten Brand Partners vorübergehend ganz oder teilweise einfrieren. Wenn die Vereinbarung mit dem Brand Partner aufgrund eines Verstoßes des Brand Partners gegen die Vereinbarung gekündigt wird, hat der Brand Partner keinen Anspruch auf Rückerstattung etwaiger während des Untersuchungszeitraums einbehaltener Provisionen oder Boni. Young Living kann gegebenenfalls rechtliche Schritte zur Geltendmachung finanzieller und/oder angemessener Entschädigungen einleiten. Das Versäumnis von Young Living, eine Vereinbarung zu kündigen oder von Brand Partnern die Behebung eines Verstoßes gegen die Vereinbarung zu verlangen, stellt keinen Verzicht auf die verletzten Bestimmungen oder auf das Recht von Young Living dar, rechtliche Schritte einzuleiten.

13.6 Einsprüche gegen die Feststellung von Verstößen gegen die Brand Partner Vereinbarung und vertragliche Sanktionen

Nach Verhängung einer Sanktion oder vertraglichen Sanktion (mit Ausnahme einer Suspendierung bis zum Abschluss einer Untersuchung) kann man bei Young Living Europe B.V. gegen die Sanktion Berufung einlegen. Der Einspruch muss schriftlich erfolgen und innerhalb von fünfzehn (15) Tagen ab dem Datum der vertraglichen Sanktion beim Unternehmen eingehen. Geht der Einspruch nicht innerhalb der fünfzehntägigen Frist ein, ist die Sanktion endgültig. Mit der Berufungskorrespondenz sollte der Brand Partner immer sämtliche Belege einreichen. Der Exekutivausschuss wird die Sanktion überprüfen und überdenken, andere geeignete Maßnahmen in Betracht ziehen und den Brand Partner schriftlich über seine Entscheidung informieren.

14. Kündigung

14.1 Kündigung für Inaktivität

Wenn ein Brand Partner die Anforderung (50 PV) für das persönliche Volumen (PV) in einem bestimmten Monat nicht erfüllt, wird der Brand Partner für diesen Monat als inaktiv erachtet und erhält keine Provisionen oder Boni für die über die Downline-Organisation generierten Verkäufe. Wenn der Brand Partner über einen Zeitraum von zwölf (12) aufeinanderfolgenden Monaten inaktiv bleibt und/oder nicht mindestens 50 kumulierte PV bestellt und 12 Monate lang keine Verkaufsprovision verdient hat, wird diese Vereinbarung mit dem Brand Partner automatisch gekündigt und das Brand Partner Konto wird inaktiv gestellt und aus der aktiven Downline-Organisation entfernt (das Konto wird am 15. des folgenden Kalendermonats aus unserem System gelöscht).

Ehemalige Brand Partner, deren Konten als inaktiv gelten, weil sie 12 Monate lang keine Bestellungen aufgegeben oder keine Verkaufsprovisionen verdient haben, können sich als neue Brand Partner ohne Rang oder Downline bei einem Einschreiber und/oder Sponsor ihrer Wahl erneut anmelden.

14.2 Reaktivierung

Brand Partner, die aufgrund von Inaktivität ausgeschlossen wurden, können ihre Brand Partnerschaft reaktivieren, indem sie sich an den Kundenservice wenden und eine Reaktivierung anfordern. Reaktivierende Brand Partner (Kontoinhaber) müssen anschließend die PV-Anforderungen erfüllen und werden, sofern nicht anders angefordert, unter ihrem vorherigen Sponsor/Einschreiber reaktiviert. Sollte der vorherige Sponsor inaktiv sein, wird der Brand Partner unter dem ersten aktiven Upline Brand Partner reaktiviert. Reaktivierte Brand Partner haben keinen Anspruch auf die Downline, die verloren ging, als sie wegen Inaktivität gelöscht wurden und werden wie neue Brand Partner behandelt.

Der reaktivierte Brand Partner würde nach der Reaktivierung dieses Kontos als neuer Brand Partner betrachtet werden.

14.3 Kündigung durch Young Living

Wenn das Konto eines Brand Partners bei Young Living von Young Living gekündigt wird, wird der Brand Partner entweder per Post, über die registrierte E-Mail oder eine andere Zustellungsmethode, die so ausgelegt ist, dass die Nachricht den Brand Partner an die registrierte Adresse erreicht, benachrichtigt. Sofern in der Mitteilung nichts anderes bestimmt ist, wird die

Kontokündigung mit dem Datum der Benachrichtigung wirksam.

Wenn das Konto eines Brand Partners bei Young Living gemäß dieser Vereinbarung gekündigt wird, kann sich der ehemalige Brand Partner zwölf Kalendermonate nach dem Datum der Kontokündigung erneut als Brand Partners bewerben. Um sich erneut zu bewerben, muss der ehemalige Brand Partner einen Brief an das Conduct Success Team (ylconducteurope@youngliving.com) senden, in dem er seine Gründe für die erneute Aufnahme einer Vereinbarung mit Young Living darlegt. Young Living wird den erneuten Antrag des ehemaligen Brand Partners nach seinem alleinigen Ermessen annehmen oder ablehnen.

14.4 Freiwillige Kündigung

Ein Brand Partner kann seine Brand Partner Vereinbarung jederzeit und aus beliebigem Grund durch schriftliche Mitteilung an Young Living kündigen. Bei einer erneuten Einschreibung innerhalb von sechs Monaten nach der Kündigung muss sich der Brand Partner unter den Namen seines früheren Einschreibers und Sponsors anmelden.

14.5 Folgen der Kündigung

Bei Stornierung oder Kündigung gibt der Brand Partner sämtliche Rechte an seinen Brand Partner Vorteilen ab, einschließlich der Downline und aller zukünftigen Provisionen und Boni, die sich aus den Verkaufserlösen der Downline ergeben. Nach der Kündigung kann Young Living die Geschäftsorganisation des Brand Partners behalten, verkaufen, zum nächsten aktiven Brand Partner der Upline hinzufügen oder auflösen und aus der Downline des Sponsors entfernen.

Nach der Kündigung müssen die Brand Partner sofort aufhören, sich als Brand Partner auszugeben und unverzüglich sämtliches geistiges Eigentum von Young Living zurückgeben und löschen, einschließlich Berichte und anderer Listen von Kunden und Brand Partnern und deren Kontaktinformationen. Bei Kündigung eines Brand-Partner Kontos aus beliebigem Grund entscheidet Young Living nach eigenem Ermessen über die Zukunft dieser Brand Partner Position in der Organisation. Dies umfasst Optionen zum Weiterführen der Position als Brand Partner, zur Komprimierung und/oder Aufgliederung in das Upline-Team und/oder zum Verkauf oder zur Veräußerung der Position, wie es Young Living für sein Geschäft als am besten erachtet.

15. Verschiedenes und Kontaktinformationen

15.1 Verzug

Young Living haftet nicht bei Verzug oder Nichterfüllung seiner Verpflichtungen, soweit dies auf nicht vom Unternehmen zu vertretende Umstände zurückzuführen ist, wie z.B. höhere Gewalt, Naturkatastrophen, Streiks, Arbeitsniederlegungen, Unruhen, terroristische Anschläge, Kriege, Feuer, Explosionen, Überschwemmung, Tod, schlechte Wetterverhältnisse, beschränkte Verfügbarkeit oder Nichtverfügbarkeit von Bezugsquellen, behördliche Auflagen oder Verordnungen etc.

15.2 Teilnichtigkeit

Sollte eine Bestimmung der Brand Partner Vereinbarung in ihrer jeweils geltenden Fassung nichtig oder unwirksam sein, gilt die Bestimmung in dem erforderlichen Umfang als nicht vereinbart oder gestrichen. Dies berührt nicht die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen, sie bleiben in vollem Umfang durchsetzbar und wirksam und sie sind so auszulegen, als ob eine solche ungültige oder nicht durchsetzbare Bestimmung niemals Teil des Vertrags wäre. Die Fortsetzung des Young Living-Geschäfts durch den Brand Partner oder die Annahme des Brand Partners von Boni oder Provisionen gilt als Annahme sämtlicher Änderungen. Sollten sich Klauseln als ungültig, nicht durchsetzbar oder illegal herausstellen, wird die Vereinbarung von Young Living im Sinne der besten Förderung der Geschäftsinteressen von Young Living interpretiert.

15.3 Verzicht

Die nicht erfolgte oder verspätete Ausübung eines nach dieser Vereinbarung oder gesetzlich vorgesehenen Rechtes oder Rechtsbehelfs durch eine Partei stellt keinen Verzicht auf dieses Recht oder diesen Rechtsbehelf dar und führt nicht zum Ausschluss oder zur Einschränkung der künftigen Ausübung dieses Rechts oder Rechtsbehelfs. Die einmalige oder teilweise Ausübung dieses Rechts oder Rechtsbehelfs schließt die weitere Ausübung dieses Rechts oder Rechtsbehelfs nicht aus oder schränkt diese nicht ein. Young Living verliert zu keiner Zeit das Recht, die Einhaltung der Bestimmungen dieser Vereinbarung oder der für das Verhalten im Geschäftsverkehr geltenden gesetzlichen Bestimmungen zu verlangen. Auf die Einhaltung eines Rechtes wird nur in seltenen Fällen nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch den Compliance Officer oder einen anderen leitenden Angestellten der Gesellschaft verzichtet. Die Genehmigung gilt

jeweils nur für den Einzelfall als erteilt. Young Living bemüht sich um die einheitliche Durchsetzung dieser Vereinbarung. Sofern eine Bestimmung dieser Vereinbarung gegenüber einem Brand Partner nicht durchgesetzt wird, gilt dies nicht als Verzicht von Young Living auf das Recht zur Durchsetzung der Bestimmungen dieser Vereinbarung gegenüber demselben Brand Partner oder einem anderen Brand Partner.

Dieser Abschnitt gilt nicht für die Zustellung von Unterlagen oder anderen Dokumenten in Rechtsstreitigkeiten oder gegebenenfalls für Schiedsverfahren oder andere Methoden zur Streitbeilegung.

15.4 Überschriften

Die in diesen Richtlinien und Verfahren enthaltenen Überschriften dienen lediglich der Übersicht und stellen daher keinen wesentlichen Vertragsinhalt der Brand Partner Vereinbarung dar.

15.5 Kontaktinformationen

Europe Headquarters
Young Living Europe B.V.
Peizerweg 97
9727 AJ Groningen
Niederlande

Young Living Europe Ltd Head Office:
+44 (0) 20 3935 9000

Kundenservice (gebührenfrei aus dem Festnetz):
08000 825 049
E-Mail: kundenservice@youngliving.com (Bitte bei Kontaktaufnahme die Brand Partner ID-Nummer und PIN angeben)

Länderspezifische Informationen können gefunden werden auf

https://www.youngliving.com/de_DE/company/contactus

- Wenn ein Brand Partner gegen eine Bestimmung der Vereinbarung verstößt, kann Young Living von diesem Brand Partner den Verzicht auf sämtliche aus dem Verstoß resultierenden Vorteile verlangen; dazu kann beispielsweise der Verzicht auf eine Prämie, einen Anreiz, eine Provision, einen Bonus, eine Ranganerkennung oder die Teilnahme an von Young Living gesponserten Events für einen bestimmten Zeitraum gehören.

Während Young Living ein Verhalten untersucht, das einen Verstoß gegen die Vereinbarung darstellen könnte, kann Young Living die Provisionen oder Boni des untersuchten Brand Partners vorübergehend ganz oder teilweise einfrieren. Wenn die Vereinbarung

mit dem Brand Partner aufgrund eines Verstoßes des Brand Partners gegen die Vereinbarung gekündigt wird, hat der Brand Partner keinen Anspruch auf Rückerstattung etwaiger während des Untersuchungszeitraums einbehaltener Provisionen oder Boni. Young Living kann gegebenenfalls rechtliche Schritte zur Geltendmachung finanzieller und/oder angemessener Entschädigungen einleiten. Das Versäumnis von Young Living, eine Vereinbarung zu kündigen oder von Brand Partnern die Behebung eines Verstoßes gegen die Vereinbarung zu verlangen, stellt keinen Verzicht auf die verletzten Bestimmungen oder auf das Recht von Young Living dar, rechtliche Schritte einzuleiten.