

dōTERRA® | EUROPE

Richtlinien-Handbuch für die Schweiz

ABSCHNITT 1: Einleitung	2
ABSCHNITT 2: Allgemeine Definitionen:.....	2
ABSCHNITT 3: Verhaltenskodex	5
ABSCHNITT 4: Registrierung als Wellness-Botschafter / Beziehung zwischen Wellness-Botschafter und Unternehmen	5
ABSCHNITT 5: Kauf von Produkten	7
ABSCHNITT 6: Rückgabe von Produkten	8
ABSCHNITT 7: Verpflichtungen und Beschränkungen im Einzelhandel.....	10
ABSCHNITT 8: Registrierung oder Sponsoring eines Wellness-Botschafters	10
ABSCHNITT 9: Platzierung, Linienwechsel und Verbot übergreifender Rekrutierung.....	12
ABSCHNITT 10: Vergütungsplan.....	14
ABSCHNITT 11: Produktaussagen	26
ABSCHNITT 12: Werbung und Nutzung der Rechte am geistigen Eigentum des Unternehmens	27
ABSCHNITT 13: Richtlinie für Einzelhandel, Verkäufe in Dienstleistungsinstituten und an Messen.....	33
ABSCHNITT 14: Auslandgeschäft.....	34
ABSCHNITT 15: Zahlung von Steuern.....	36
ABSCHNITT 16: Produkthaftungsansprüche	36
ABSCHNITT 17: Datenschutz und autorisierte Nutzung der Wellness-Botschafter-Informationen	37
ABSCHNITT 18: Haftungsbeschränkung	38
ABSCHNITT 19: Disziplinarmaßnahmen	39
ABSCHNITT 20: Vertragsänderungen	43
ABSCHNITT 21: Rechtsnachfolger und Ansprüche	44
ABSCHNITT 22: Sonstiges.....	45

ABSCHNITT 1: Einleitung

Das vorliegende dōTERRA® Richtlinien-Handbuch für die Schweiz (Richtlinien-Handbuch) wurde in die Geschäftsbedingungen des Wellness-Botschaftervertrages aufgenommen und bildet einen integralen Bestandteil davon. Dieses Richtlinien-Handbuch, der Wellness-Botschaftervertrag sowie jegliche Zusätze zum Wellness-Botschaftervertrag stellen die gesamte Vereinbarung ("Vertrag") zwischen dōTERRA ("Unternehmen") und dem Wellness-Botschafter ("Wellness-Botschafter") dar. Das Unternehmen kann den Vertrag oder beliebige Teile davon in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des Wellness-Botschaftervertrags anpassen.

Hält sich ein Wellness-Botschafter nicht an die Bestimmungen dieses Richtlinien-Handbuches oder eines anderen Dokuments, das Bestandteil des Vertrages zwischen dem Unternehmen und dem Wellness-Botschafter ist, liegt es im alleinigen Ermessen des Unternehmens, eine oder alle der folgenden Massnahmen zu ergreifen: Beendigung des Vertrages des Wellness-Botschafters, Verlust des Rechts, andere Wellness-Botschafter zu sponsern, Verlust des Rechts, einen Bonus zu erhalten, Verlust der formellen Anerkennung durch das Unternehmen und Sistierung oder Beendigung anderer Rechte und Privilegien.

- A. Die Mission von dōTERRA als Unternehmen: dōTERRA engagiert sich dafür, den Nutzen von hochwertigen CPTG Certified Pure Tested Grade® ätherischen Ölen (d.h. von ätherischen Ölen garantiert reiner, geprüfter Qualität) mit der Welt zu teilen. Hierzu
 1. entdeckt und entwickelt dōTERRA mit Hilfe eines wirkungsstarken Netzwerks von hochqualifizierten und erfahrenen Botanikern, Chemikern und anderen Wissenschaftlern ätherische Ölprodukte von weltweit höchster Qualität;
 2. produzieren wir unsere ätherischen Ölprodukte unter Einhaltung der höchsten in der Branche geltenden Standards bezüglich Qualität, Reinheit und Sicherheit;
 3. vertreiben wir unsere Produkte durch Wellness-Botschafter, die dōTERRA-Produkte vorstellen, Weiterbildungen dazu anbieten und dōTERRA-Produkte verkaufen, indem sie von Zuhause aus tätig sind; und
 4. bieten wir Weiterbildungsmöglichkeiten für all diejenigen an, die mehr darüber erfahren möchten, wie CPTG Certified Pure Tested Grade ätherische Öle genutzt werden können, um einen gesunden Lebensstil zu pflegen.
- B. Die Unternehmenswerte von dōTERRA: Wir von dōTERRA betreiben unser Geschäft auf eine Art und Weise, welche das Lebens jedes Menschen, mit dem wir zu tun haben – Kunden, Wellness-Botschafter, Angestellte, Lieferanten und Partner – positiv beeinflusst, indem wir
 1. unser Geschäft absolut ehrlich und integer führen;
 2. allen Menschen mit Freundlichkeit und Respekt begegnen;
 3. im Geiste des Dienens und Kümmerns mit anderen interagieren;
 4. hart arbeiten und die Unternehmensressourcen umsichtig nutzen;
 5. eine motivierende Arbeitsumgebung fördern, indem wir lächeln, uns freuen und Spass haben;
 6. dankbar sind für Erfolge und anderen Anerkennung zollen; und
 7. großzügig sind zu denjenigen in unserer Gesellschaft und überall auf der Welt, welche weniger vom Glück begünstigt sind.

ABSCHNITT 2: Allgemeine Definitionen:

Aktiv: Ein Wellness-Botschafter, der innerhalb der letzten zwölf Monate dōTERRA-Produkte erworben hat. Die Reaktivierung eines Wellness-Botschafters oder Vorteilskunden bedeutet, dass ein Wellness-Botschafter oder Vorteilskunde nach 12 monatlichen Bonusperioden, gerechnet vom letzten Tag des Monats seiner letzten Bestellung an, wieder eine Bestellung aufgibt.

Belohnungsprogramm: Das Belohnungsprogramm (Loyalty Rewards Program LRP) ist ein Programm zur Bestellung von Produkten, in welchem die Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden automatische monatliche Lieferungen von dōTERRA-Produkten einrichten können und welches Wellness-Botschafter unter Umständen zum Erhalt von Produktguthaben und anderen Vorteilen gemäss Vergütungsplan berechtigt.

Downline: Eine andere Bezeichnung für Struktur.

Erschlossener regionaler Markt: Ein Land oder eine geografische Region, die das Unternehmen offiziell schriftlich für das dōTERRA-Business freigegeben hat.

Geistiges Eigentum von dōTERRA: Das geistige Eigentum von dōTERRA umfasst jegliches geistiges Eigentum, dessen Besitz oder Nutzungsrecht dōTERRA Holdings, LLC oder ein mit ihr verbundenes Unternehmen für sich beanspruchen, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf Markenzeichen, Markennamen, Dienstleistungszeichen, Domainnamen, Copyright und Inhalte ihrer Publikationen, unabhängig davon, ob diese bei den entsprechenden staatlichen Behörden eingetragen sind oder nicht.

Jährliche Verlängerungsgebühr: Gebühr, die ein Wellness-Botschafter dem Unternehmen alljährlich am Jahrestag seiner Registrierung für die Verlängerung seiner Vertriebspartnerschaft bezahlen muss.

Körperschaft: Jede geschäftliche Einheit, wie z.B. Aktiengesellschaften, Partnerschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung oder andere Formen von Geschäftsorganisationen, die gemäss den Gesetzen des massgeblichen Gerichtsstandes rechtmässig gegründet wurden.

Kunde: Der Begriff "Kunde" bezieht sich auf eine Person, welche Produkte einkauft, aber nicht am dōTERRA-Vergütungsplan teilnimmt, und schliesst Vorteilskunden mit ein.

Person: Eine natürliche Person, Körperschaft, Partnerschaft oder eine andere juristische Person.

Produktaussagen: Aussagen zu Wirksamkeit und Wirkung von dōTERRA-Produkten. Produktaussagen unterstehen der Regulierung durch Gesetze und Regierungsbehörden in dōTERRAs Heimatstaat, einschliesslich der US Food and Drug Administration und der US Federal Trade Commission, oder vergleichbaren Regierungsbehörden in der Gerichtsbarkeit des Wellness-Botschafters.

Produktguthaben: Produktguthaben sind Punkte, die nicht in bar eingelöst, sondern benützt werden können, um vom Unternehmen festgelegte Produkte zu kaufen. Produktguthaben werden Wellness-Botschaftern und Kunden, die sich verdient gemacht haben, im alleinigen Ermessen des Unternehmens als Teil des LRP-Programms gewährt. Die Einlösung von Produktguthaben generiert kein persönliches Volumen oder Organisationsvolumen (vgl. Unternehmensguthaben).

Ränge: Bezeichnungen (Stufen), welche Wellness-Botschafter sich im Rahmen der Struktur des Vergütungsplans des Unternehmens erarbeiten und erhalten, einschliesslich Consultant, Manager, Director, Executive, Elite, Premier, Silver, Gold, Platinum, Diamond, Blue Diamond und Presidential Diamond. Ränge werden in jeder monatlichen Bonusperiode verdient und festgelegt.

Regionaler Markt: Ein einzelnes Land oder eine Gruppe von Ländern, welche das Unternehmen festlegt.

Registrierende Person: Registrierende Person ist eine Bezeichnung, die es einem Wellness-Botschafter erlaubt, sich im Vergütungsplan für Ränge und Fast Start Boni zu qualifizieren. Registrierende Personen profitieren auch von der Möglichkeit, Sponsoren für neue Wellness-Botschafter innerhalb ihrer Struktur festzulegen. Die registrierende Person kann auch selbst Sponsor sein (vgl. Sponsor).

Registrierte Person: Eine registrierte Person ist ein Wellness-Botschafter oder Kunde, der von einer registrierenden Person eingeschrieben wurde.

Richtlinien-Handbuch: Das vorliegende Dokument, welches einen integrierenden Bestandteil des Vertrages bildet.

Spital: Jegliche Spitäler, medizinische Zentren, Behandlungszentren, Pflegeeinrichtungen, Altersheime, Rehabilitationszentren oder ähnliche Einrichtungen oder Lokalitäten.

Sponsor: Ein Wellness-Botschafter, der einen anderen Wellness-Botschafter in seiner Struktur unmittelbar unter sich platzieren lässt (vgl. registrierende Person).

Struktur: Die Gruppe von Wellness-Botschaftern, welche in der direkten und Folge-Downline der Sponsoring-Kette eines Wellness-Botschafters innerhalb von qualifizierenden Bonusstufen gesponsert werden.

Unternehmen: Unternehmen oder "dōTERRA" stehen für dōTERRA Global Limited oder jeglichen Zessionar, Nachfolger, jegliches Tochter- oder verbundenes Unternehmen, unabhängig von deren geografischem Standort.

Unternehmensguthaben: Unternehmensguthaben ist der Forderungssaldo eines Wellness-Botschafters. Das Unternehmensguthaben kann für den Kauf von Produkten verwendet werden (vgl. Produktguthaben).

Verkaufshilfe: Jegliches Material in physisch gedruckter oder digitaler Form, welches für das Anbieten oder den Verkauf von Produkten des Unternehmens, die Rekrutierung potentieller Wellness-Botschafter oder Kunden oder die Schulung von Wellness-Botschaftern benützt wird und Hinweise auf das Unternehmen, seine Produkte, den Vergütungsplan oder geistiges Eigentum von dōTERRA enthält.

Vertrag: Die Vereinbarung zwischen einem Wellness-Botschafter und dem Unternehmen, bestehend aus dem vorliegenden Richtlinien-Handbuch und dem Wellness-Botschaftervertrag zusammen mit etwaigen Zusätzen zum Wellness-Botschaftervertrag.

Vertriebspartnerschaft: Der Begriff "Vertriebspartnerschaft" ist eine andere Bezeichnung für das Geschäft eines Wellness-Botschafters gemäss vertraglicher Beziehung des Wellness-Botschafters mit dem Unternehmen.

Vorteilskunde: Ein Vorteilskunde ist eine Person, welche Produkte zu ermässigten Preisen bezieht. Ein Vorteilskunde verdient keine Boni aus dem dōTERRA-Vergütungsplan. Hingegen kann ein Vorteilskunde durch das Belohnungsprogramm von dōTERRA Mengenrabatte auf die Produkte erwerben. Die Reaktivierung eines Vorteilskunden bedeutet, dass ein Vorteilskunde nach 12 monatlichen Bonusperioden, gerechnet vom letzten Tag des Monats seiner letzten Bestellung an, wieder eine Bestellung aufgibt.

Vorteilskundenvereinbarung: Der Antrag, um Vorteilskunde zu werden, in gedruckter oder elektronischer Form.

Wellness-Botschafter: Eine Person, die als unabhängiger Unternehmer vom Unternehmen berechtigt ist, Produkte zu kaufen und im Einzelhandel an Kunden zu verkaufen, andere Wellness-Botschafter zu rekrutieren und Boni gemäss den Anforderungen des Vergütungsplans zu erhalten. Die Beziehung des Wellness-Botschafters zum Unternehmen ist im Vertrag geregelt. Bei einer Vertriebspartnerschaft kann mehr als eine Person als Mittragsteller mit eingeschlossen sein. In diesem Fall bezieht sich der Begriff 'Wellness-Botschafter' auf alle Personen zusammen, obwohl jede Person einzeln sämtliche Rechte und Pflichten eines Wellness-Botschafters hat. Die Reaktivierung eines Wellness-Botschafters bedeutet, dass ein Wellness-Botschafter nach 12 monatlichen Bonusperioden, gerechnet vom letzten Tag des Monats seiner letzten Bestellung an, wieder eine Bestellung aufgibt.

Wellness-Botschaftervertrag: Der Antrag, um Wellness-Botschafter zu werden, in gedruckter oder elektronischer Form, welcher – nach Annahme durch das Unternehmen – einen integralen Bestandteil des Vertrags zwischen dem Wellness-Botschafter und dem Unternehmen bildet.

Zusatz zum Wellness-Botschaftervertrag: Ein Dokument, welches das Formular für den Wellness-Botschaftervertrag ergänzt. Der Zusatz zum Wellness-Botschaftervertrag muss von allen Partnerschaften, Körperschaften oder anderen juristischen Personen (vgl. Körperschaft), die einen Antrag als Wellness-Botschafter stellen, vollständig ausgefüllt und unterzeichnet werden. Der Zusatz zum Wellness-Botschaftervertrag muss alle Personen auflisten, die Partner, Aktionäre, Direktoren, Vorstandsmitglieder, Begünstigte, Verwaltungsratsmitglieder oder sonstige Mitglieder der Körperschaft sind.

ABSCHNITT 3: Verhaltenskodex

dōTERRA erwartet und verlangt von den unabhängigen Wellness-Botschaftern, dass ihr Verhalten sich an höchsten ethischen Standards orientiert. Von den dōTERRA Wellness-Botschaftern wird das folgende ethische Verhalten erwartet, wenn sie Personen das Unternehmen und seine Produkte vorstellen und diese repräsentieren. Verstösse gegen die Verhaltensstandards gemäss diesem Richtlinien-Handbuch, einschliesslich Verhaltenskodex, können für den Wellness-Botschafter, je nachdem, als wie schwerwiegend das Unternehmen den Verstoß einstuft, zu disziplinarischen Massnahmen seitens des Unternehmens führen. Die folgenden Standards tragen dazu bei, in der Organisation von dōTERRA einen einheitlichen Standard höchster Qualität sicherzustellen. Alle Wellness-Botschafter

- A. begeben bei Aktivitäten im Zusammenhang mit dem dōTERRA-Geschäft jeder Person mit Respekt.
- B. verhalten sich – und betreiben ihre geschäftlichen Aktivitäten – ethisch, moralisch, rechtmässig und auch in finanziellen Belangen aufrichtig. Wellness-Botschafter legen keine Aktivitäten und Verhaltensweisen an den Tag, welche dōTERRA, seinen leitenden Angestellten, Mitarbeitenden, den Wellness-Botschaftern selbst oder anderen Wellness-Botschaftern Geringschätzung einbringen oder sie in Verlegenheit bringen würden.
- C. unterlassen negative oder abwertende Bemerkungen über andere Unternehmen, deren Mitarbeitende oder Produkte.
- D. unterlassen negative oder abwertende Bemerkungen über andere dōTERRA Wellness-Botschafter.
- E. halten sich bei der Vorstellung von dōTERRA-Produkten an die Wahrheit. Wellness-Botschafter stellen keinerlei Behauptungen auf, dass dōTERRA-Produkte Krankheiten heilen, behandeln oder verhindern und machen keine diagnostischen, therapeutischen, kurativen oder übertriebenen Aussagen.
- F. unterstützen und fördern die Kunden, um sicherzustellen, dass ihre Erfahrung mit dōTERRA erhebend und bereichernd ist. Wellness-Botschafter unterstützen und schulen die Personen, welche sie sponsern und die zu ihrer Struktur gehören, auf angemessene Weise.
- G. erklären und geben den dōTERRA-Vergütungsplan exakt wieder. Wellness-Botschafter sind ehrlich, wenn sie das Einkommen erläutern, welches man im Rahmen des Vergütungsplans generieren kann. Sie benützen ihr eigenes Einkommen nicht als Massstab für den möglichen Erfolg anderer und missbrauchen Vergütungszahlungen nicht als Werbematerial.
- H. halten sich an sämtliche Richtlinien und Verfahrensweisen von dōTERRA, wie sie aktuell im vorliegenden Richtlinien-Handbuch und den anderen Vertragsdokumenten zu finden sind und zukünftig mit etwaigen Anpassungen zu finden sein werden.

ABSCHNITT 4: Registrierung als Wellness-Botschafter / Beziehung zwischen Wellness-Botschafter und Unternehmen

Die Beziehung mit dem Wellness-Botschafter ist die wertvollste Beziehung für dōTERRA. Dem Unternehmen ist es eine grosse Freude, sich mit Wellness-Botschaftern zusammenzutun, um seine hochwertigen Produkte und seine Geschäftsmöglichkeit vorzustellen und anzubieten.

- A. **Registrierung als Wellness-Botschafter.** Um dōTERRA-Wellness-Botschafter zu werden, muss ein Antragsteller:
 - 1. eine nicht erstattungsfähige Antragsgebühr von EUR 20.00 exkl. MWST bezahlen, welche die Kosten des Unternehmens deckt, um dem Wellness-Botschafter die nötigen Materialien und Informationen zu seinen Produkten und Dienstleistungen, Unternehmensprogrammen, Richtlinien und Vorgehensweisen und damit zusammenhängenden Angelegenheiten zur Verfügung zu stellen.
 - 2. einen korrekt und vollständig ausgefüllten Wellness-Botschaftervertrag einreichen.
 - 3. mindestens 18 Jahre alt und rechtlich fähig sein, den Vertrag abzuschliessen.
- B. **Fehlerhafte Anträge.** Ein unvollständiger, inkorrekt oder betrügerischer Wellness-Botschaftervertrag wird von vornherein als ungültig betrachtet.

- C. Bindende Wirkung durch ein Mitglied einer Vertriebspartnerschaft.** Wenn eine oder mehrere Personen als Mit Antragsteller Teil einer Vertriebspartnerschaft sind, entfalten die Handlungen, Zustimmung oder Annahme einer Person für die gesamte Vertriebspartnerschaft bindende Wirkung.
- D. Pflicht, Angaben aktuell zu halten.** Um sicherzustellen, dass das Unternehmen über aktuelle Angaben verfügt, haben die Wellness-Botschafter das Unternehmen über Änderungen in den eingereichten Formularen und Beilagen zu informieren. Geplante Änderungen personenbezogener Angaben sind mittels eines neuen Wellness-Botschaftervertrages oder eines Zusatzes zum Wellness-Botschaftervertrag mitzuteilen und oben quer über dem Formular mit dem Wort "Angepasst" kenntlich zu machen. Alle Parteien der Vertriebspartnerschaft müssen den angepassten Vertrag unterzeichnen, bevor er dem Unternehmen eingereicht wird.
- E. Zusatz zum Wellness-Botschaftervertrag.** Eine Körperschaft kann dōTERRA-Wellness-Botschafter werden, indem sie zusammen mit dem Zusatz zum Wellness-Botschaftervertrag beglaubigte und korrekte Kopien der Gründungsdokumente einreicht sowie etwaige andere Dokumente in diesem Zusammenhang, welche das Unternehmen verlangen kann. Der Prokurist, Beauftragte oder Vertreter der Körperschaft unterzeichnet den Wellness-Botschaftervertrag. Die Registrierung einer Körperschaft kann nicht online erfolgen. Spitäler können nicht ohne das schriftliche Einverständnis der Compliance- und Rechtsabteilungen von dōTERRA registriert werden.
- F. Vertragsdauer und Vertragsverlängerung.** Die Vertragsdauer beträgt ein Jahr ab Datum der Einreichung bei dōTERRA. Sofern der Vertrag nicht durch das Unternehmen oder den Wellness-Botschafter gekündigt wird, verlängert er sich jedes Jahr zum Jahrestag seines Abschlusses automatisch. Der Wellness-Botschafter verpflichtet sich zur Zahlung einer jährlichen Verlängerungsgebühr am oder vor dem Jahrestag der Annahme des Antrags. Der Wellness-Botschafter ist damit einverstanden und ermächtigt das Unternehmen, die Kreditkarte, die beim Unternehmen hinterlegt ist, jedes Jahr am Jahrestag automatisch mit EUR 15 exkl. MWST zu belasten, um den Vertrag mit dem Unternehmen zu verlängern. Ein Wellness-Botschafter, der am Verlängerungsdatum keine Downline hat, wird bei der Verlängerung als Vorteilskunde eingestuft und erklärt sich damit einverstanden, der Vorteilskundenvereinbarung zu unterstehen. Das Unternehmen kann die jährliche Verlängerungsgebühr mit der nächsten Produktbestellung belasten. Mit der jährlichen Verlängerungsgebühr kann das Unternehmen dem Wellness-Botschafter die nötigen Materialien und Informationen zu Produkten und Dienstleistungen, Unternehmensprogrammen, Richtlinien und Vorgehensweisen und damit zusammenhängenden Angelegenheiten zur Verfügung stellen. Ausserdem deckt die jährliche Verlängerungsgebühr die Kosten für jeglichen Direktversand des Unternehmens.
- G. Gleichzeitige Beteiligung an mehreren Vertriebspartnerschaften verboten.** Ein Wellness-Botschafter kann nicht gleichzeitig an mehreren Vertriebspartnerschaften wirtschaftlich beteiligt oder Mit Antragsteller bei mehreren Vertriebspartnerschaften oder gleichzeitig am Konto eines Vorteilskunden wirtschaftlich beteiligt sein. Eine wirtschaftliche Beteiligung umfasst, ist aber nicht beschränkt auf, jegliche Eigentumsanteile, Rechte an aktuellen oder zukünftigen Vorteilen, seien sie finanzieller oder anderer Natur, das Recht auf Einkauf zu Einkaufspreisen, Anerkennungen oder andere materiellen oder immateriellen Vorteile im Zusammenhang mit einer Vertriebspartnerschaft oder einem Vorteilskunden. Ehepartner können nur derselben Vertriebspartnerschaft angehören und dürfen zusammen nicht mehr als eine Vertriebspartnerschaft haben oder gleichzeitig am Konto eines Vorteilskunden wirtschaftlich beteiligt sein. Ein Geschäftsinhaber darf keine Vertriebspartnerschaft im Namen seines Geschäftes und eine weitere Vertriebspartnerschaft oder gleichzeitig eine wirtschaftliche Beteiligung am Konto eines Vorteilskunden in seinem eigenen Namen oder dem Namen eines anderen Geschäftes haben. Eine Ausnahme von dieser Regel bildet das Presidential Diamond Multiplier Konto. Vgl. Abschnitt 10.B.3. Wenn zwei Wellness-Botschafter heiraten, muss eine Vertriebspartnerschaft beendet, verkauft oder auf eine Drittperson übertragen werden. Der Verkauf einer Vertriebspartnerschaft an den eigenen Ehepartner ist nicht gestattet.
- H. Selbständige Unternehmerbeziehung zwischen Wellness-Botschafter und Unternehmen.** Ein Wellness-Botschafter ist ein selbständiger Unternehmer und kein Angestellter, Beauftragter, Partner, rechtlicher Vertreter oder Franchisenehmer von dōTERRA. Ein Wellness-Botschafter ist nicht ermächtigt und verzichtet darauf, namens, für oder im Auftrag von dōTERRA Verbindlichkeiten, Kosten oder Verpflichtungen einzugehen oder ein Bankkonto zu eröffnen. Wellness-Botschafter haben das Recht,

ihre eigenen Geschäftszeiten festzulegen und die Art und Weise sowie die Mittel zu bestimmen, mit welchen sie ihre dōTERRA-Geschäfte betreiben, solange sie sich vertragsgemäss verhalten. Wellness-Botschafter sind allein dafür verantwortlich, sämtliche Kosten zu bezahlen, die sie eingehen, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf Reise-, Verpflegungs-, Übernachtungs-, Sekretariats-, Büro-, Telefonferngesprächs- und andere Kosten. Wellness-Botschafter sind persönlich haftbar für alle gesetzlich vorgesehenen Steuern und sonstigen Abgaben, einschliesslich Einkommenssteuern, Sozialversicherungsbeiträgen und der korrekten Verrechnung und Zahlung von MWST auf Verkäufe und Boni. Wellness-Botschafter sind verpflichtet, alle Unterlagen, welche zur Sicherstellung einer korrekten Einschätzung und Zahlung sämtlicher Steuern und sonstigen Abgaben, der Anwendbarkeit von Sozialversicherungsabgaben und entsprechenden Beiträgen erforderlich sind, korrekt zu führen. Wellness-Botschafter gelten weder aus steuerrechtlicher Sicht noch aus arbeitsrechtlicher Sicht als Angestellte und bestätigen sowie sind damit einverstanden, dass es nicht Sache des Unternehmens ist, Steuern irgendwelcher Art, einschliesslich Sozialversicherungsbeiträge, von Boni zurückzubehalten oder abzuziehen, und das Unternehmen dies auch nicht tun wird, es sei denn, dies ist gesetzlich vorgeschrieben. Sämtliche Vereinbarungen zwischen dem Unternehmen und den zuständigen Steuerbehörden bezüglich Umsatzsteuererhebung und -überweisung sowie alle damit zusammenhängenden Vorschriften und Verfahren sind für Wellness-Botschafter bindend.

- I. **Würdigung durch das Unternehmen.** Das Unternehmen kann Wellness-Botschafter bei ausgewählten Veranstaltungen, einschliesslich Tagungen, und in verschiedenen Publikationen, wie z.B. Zeitschriften, würdigen. Eine solche Würdigung basiert auf Kriterien und Standards, welche das Unternehmen festlegt und von Zeit zu Zeit anpasst. Typischerweise würdigt das Unternehmen Wellness-Botschafter für den höchsten Rang, den sie in den letzten zwölf Monaten während insgesamt mindestens drei Monaten innehatten, mit Ausnahme eines erstmals erreichten Ranges, was typischerweise separat gewürdigt wird.

ABSCHNITT 5: Kauf von Produkten

- A. **Keine Verpflichtung zum Kauf von Produkten.** Keine Person ist verpflichtet, Produkte zu kaufen, um dōTERRA- Wellness-Botschafter oder Kunde zu werden bzw. zu bleiben.
- B. **Berechtigung zum Weiterverkauf von dōTERRA-Produkten.** Nur Wellness-Botschafter dürfen dōTERRA-Produkte für den Weiterverkauf erwerben.
- C. **Der Kauf von Produkten nur zwecks Bonusqualifikation ist untersagt.** Die dōTERRA-Geschäftsmöglichkeit ist auf den Verkauf an Endkonsumenten aufgebaut. Das Unternehmen ermutigt Wellness-Botschafter, nur so viel Vorrat einzukaufen, wie sie selbst und ihre Familie persönlich verbrauchen, als Vertriebsinstrument benützen oder anderen Personen zum endgültigen Verbrauch weiterverkaufen. Der Kauf von Produkten, nur um Boni zu sammeln, ist untersagt. Wellness-Botschafter dürfen keinen Vorrat einkaufen, der den zu erwartenden Weiterverkauf, Gebrauch als Vertriebsinstrument oder persönlichen Verbrauch innerhalb nützlicher Frist in unangemessener Weise übersteigt.

Das Unternehmen behält sich vor, die Menge der Einkäufe eines Wellness-Botschafters zu beschränken, wenn es nach eigenem Ermessen zum Schluss kommt, dass der Wellness-Botschafter seine Einkäufe hauptsächlich zwecks Erreichung einer Qualifikation statt zum Eigengebrauch oder Wiederverkauf tätigt. Ausserdem behält sich das Unternehmen das Recht vor, ausbezahlte Boni zurückzufordern, wenn das Unternehmen feststellt, dass die Boni mit Verkäufen generiert wurden, welche nach Ansicht des Unternehmens einen Verstoss gegen den Vertrag darstellen.

D. **Gebrauch von Kreditkarten.** Wellness-Botschaftern wird dringend davon abgeraten, ihre eigenen Kreditkarten für den Kauf von Produkten für andere Wellness-Botschafter oder Kunden zu verwenden. Wellness-Botschaftern ist es verboten, ihre eigenen Kreditkarten für den Kauf von Produkten für andere Wellness-Botschafter oder Kunden zu verwenden, welche seit weniger als 30 Tagen beim Unternehmen registriert sind. Es ist Wellness-Botschaftern nicht gestattet, für eine Produktbestellung ohne schriftliche Genehmigung des Kreditkarteninhabers die Kreditkarte von jemand anderem zu benützen. In den seltenen Fällen, in welchen es nötig ist, Produkte für einen anderen Wellness-Botschafter oder Kunden zu kaufen, muss dem Unternehmen eine schriftliche Genehmigung des Wellness-Botschafters oder

Kunden vorliegen, für welchen die Produktbestellung vorgenommen wird. Falls auf Anfrage des Unternehmens keine solche Genehmigung vorgelegt werden kann, kann der Verkauf storniert werden, können etwaige Boni aus dem Verkauf verfallen und andere disziplinarische Massnahmen gemäss Abschnitt 19 ergriffen werden.

- E. Neuverpackung untersagt.** Wellness-Botschafter dürfen keine eigenen Beschriftungen drucken oder dōTERRA-Produkte neu verpacken. Produkte dürfen nur in ihrer Originalverpackung verkauft werden. So dürfen Wellness-Botschafter beispielsweise keine einzelnen Teile eines Sets separat weiterverkaufen, es sei denn, das Unternehmen hat einen Einkaufspreis für die einzelnen Teile festgelegt. Ebenso wenig dürfen Wellness-Botschafter ohne schriftliche Einwilligung des Unternehmens den Gebrauch von dōTERRA-Ölen als Bestandteile für Produkte bewerben, die selbst keine dōTERRA-Produkte sind, z.B. als Bestandteile eines separaten Produkts oder Zutaten von Lebensmittelrezepten. Die Verwendung des Namens dōTERRA durch Wellness-Botschafter ist in Abschnitt 12 dieses Richtlinien-Handbuchs geregelt.
- F. Gebühren für abgelehnte Zahlungen.** Wellness-Botschafter sind für die Rückerstattung von Kosten an das Unternehmen verantwortlich, die diesem für die erneute Beantragung von Zahlungen oder die anderweitige Einholung von Zahlungen der Wellness-Botschafter an das Unternehmen erwachsen, welche wegen mangelnder Deckung an das Unternehmen retourniert werden.

ABSCHNITT 6: Rückgabe von Produkten

A. Rückgabe von Produkten innerhalb von 30 Tagen.

1. dōTERRA erstattet hundert Prozent (100%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) von aktuell verkäuflichen Produkten, welche ein Wellness-Botschafter oder Kunde innerhalb von dreissig (30) Tagen nach Lieferung durch das Unternehmen retourniert. Wellness-Botschafter geniessen dasselbe 30-tägige Rückgaberecht wie Einzelhandelskunden und unterstehen den hier festgelegten Bedingungen für eine vollständige Rückerstattung.
2. dōTERRA schreibt ein Produktguthaben von hundert Prozent (100%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) gut oder erstattet neunzig Prozent (90%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) von aktuell nicht verkäuflichen Produkten (vgl. Abschnitt 6.D.), die ein Wellness-Botschafter oder Kunde innerhalb von dreissig (30) Tagen nach Lieferung retourniert, minus Versandkosten und ausbezahlte Boni.

B. Rückgabe innerhalb von einunddreissig (31) bis und mit neunzig (90) Tagen nach Kauf. Bei Rückgabe innerhalb von einunddreissig (31) bis und mit neunzig (90) Tagen seit Kaufdatum schreibt dōTERRA ein Produktguthaben von hundert Prozent (100%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) gut oder erstattet neunzig Prozent (90%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) von aktuell verkäuflichen Produkten, die ein Wellness-Botschafter oder Kunde retourniert, minus Versandkosten und ausbezahlte Boni.

C. Rückgaben innerhalb von einundneunzig (91) Tagen bis und mit einem (1) Jahr nach Kauf. Bei Rückgabe innerhalb von einundneunzig (91) Tagen bis und mit zwölf (12) Monaten seit Kaufdatum schreibt dōTERRA ein Produktguthaben von neunzig Prozent (90%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) gut oder erstattet neunzig Prozent (90%) des Kaufpreises (plus etwaiger Steuern, soweit im Voraus bezahlt) von aktuell verkäuflichen Produkten, die ein Wellness-Botschafter oder Kunde retourniert, minus Versandkosten und ausbezahlte Boni (davon ausgenommen sind zeitlich begrenzte Angebote und abgelaufene Artikel).

D. Aktuell verkäuflich. Produkte und Verkaufshilfen gelten als 'aktuell verkäuflich', wenn jede der folgenden Bedingungen erfüllt ist: 1) Sie sind ungebraucht; 2) Verpackung und Beschriftung sind unverändert und unbeschädigt; 3) Produkte, die versiegelt oder in Schutzverpackung geliefert wurden und welche aus Gesundheits- oder Hygienegründen nicht wiederverkauft werden können, wenn sie nicht mehr versiegelt oder verpackt sind (z.B. ätherische Öle), sind ungeöffnet bzw. nicht entsiegelt oder ausgepackt; 4) Produkt und Verpackung sind in einem Zustand, der gemäss geschäftlich angemessener Handelspraxis einen Verkauf der Ware zum vollen Preis erlaubt; 5) das Verfallsdatum des Produkts ist nicht abgelaufen; und 6) das Produkt ist mit der aktuellen dōTERRA-Beschriftung

versehen. Weiter gelten die Produkte für die Zwecke von Abschnitt 6.B und Abschnitt 6.C hiervor nicht als aktuell verkäuflich, wenn das Unternehmen vor dem Kauf bekannt gibt, dass es sich um saisonale Produkte, Auslaufprodukte, zeitlich limitierte Angebote oder spezielle Promotionen handelt, die nicht der Rückgabe-Richtlinie unterstehen.

- E. Rückgabe beschädigter oder nicht korrekt verschickter Produkte.** dōTERRA ersetzt oder vergütet Produkte, die beim Wellness-Botschafter oder Kunden in beschädigtem Zustand eingingen oder falsch verschickt wurden. Solche Produkte müssen innerhalb von fünfzehn (15) Tagen nach Erhalt retourniert werden. Wann immer möglich, werden retournierte Produkte durch unversehrte Produkte ersetzt. Wenn ein Ersatz nicht möglich ist, behält sich das Unternehmen die Rückerstattung des Betrages für die retournierten Produkte vor.
- F. Pflicht, die Bestellnummer aufzubewahren.** Damit das Unternehmen die anwendbaren Boni auf retournierte Produkte korrekt zurückholen kann, muss die Originalbestellnummer gemäss Rechnung aufbewahrt werden. Diese Nummer muss dem Unternehmen mit dem Antrag auf Rückerstattung mitgeteilt werden.
- G. Rückgabe von Kits.** Produkte, welche als Teil eines Kits oder Pakets gekauft wurden, müssen als gesamtes Kit oder Paket retourniert werden.
- H. Alternative Möglichkeiten der Rückerstattung.** Die Form der Rückerstattung basiert auf den Zahlungsverfahren im regionalen Markt und der Form der ursprünglichen Zahlung. Rückerstattungen erfolgen ausschliesslich an den ursprünglich Zahlenden.
- I. Rückgabeverfahren.** Um eine Rückerstattung für retournierte Produkte oder Verkaufshilfen zu erhalten, hat ein Wellness-Botschafter wie folgt vorzugehen:
1. Vor der Rücksendung an das Unternehmen muss eine Rückgabenummer angefordert werden. Diese Nummer kann telefonisch oder schriftlich angefordert werden, und die Wellness-Botschafter-Nummer muss auf der effektiven Rücksendung vermerkt sein.
 2. Das Unternehmen informiert den Wellness-Botschafter über die korrekte Vorgehensweise und den Ort für die Rückgabe der Produkte oder Verkaufshilfen. Alle Kosten für den Rückversand sind vom Wellness-Botschafter zu übernehmen.
 3. Das Rückgabe- bzw. Rückerstattungsverfahren kann in Gerichtsbarkeiten, in denen das Gesetz andere Bedingungen für den Rückkauf vorsieht, abweichen. Das anwendbare Recht bestimmt die Bedingungen für die Handhabung von Rückerstattungen. dōTERRAs Verfahrensweise für Rückgaben/Erstattungen tangiert die gesetzlichen Rechte des Wellness-Botschafters nicht.
- J. Recht des Unternehmens, nicht verdiente Boni zurückzuholen.** Boni werden den Wellness-Botschaftern basierend auf den Kauf von Produkten des Unternehmens durch Kunden oder Mitglieder ihrer Downline-Struktur ausbezahlt. Wenn Produkte retourniert werden, ist das Unternehmen berechtigt, die auf der Basis des Kaufs der später retournierten Produkte ausbezahlten Boni zurückzuholen. Zu diesem Zweck kann das Unternehmen den Wellness-Botschafter auffordern, das Unternehmen direkt zu bezahlen, oder das Unternehmen zieht den Betrag des Bonus von zukünftigen Bonuszahlungen ab.
- K. Rückgabe personalisierter Verkaufshilfen.** Personalisierte Verkaufshilfen können nicht zurückgegeben werden und sind nicht erstattungsfähig, es sei denn, es handle sich um personalisierte Verkaufshilfen mit Druckfehlern. Solche Verkaufshilfen müssen innerhalb von dreissig (30) Tagen und gemäss der Produktrückgabe-Richtlinie retourniert werden.
- L. Kreditkarten-Rückerstattungen.** Wellness-Botschafter sind verpflichtet, Produkte gemäss den Unternehmensrichtlinien für den Tausch und die Rückgabe von Produkten zu retournieren und nicht mittels Kreditkarten-Rückerstattung. Sollte es zu Kreditkarten-Rückerstattungen kommen, ist das Unternehmen berechtigt, die Boni, welche auf der Basis der mit der Kreditkarten-Rückerstattung zusammenhängenden Produkte bezahlt wurden, zurückzuholen.
- M. Schulung.** Wenn der Wellness-Botschafter auf seine eigenen Kosten vom Unternehmen geschult wird, kann er innerhalb von vierzehn (14) Tagen nach der Schulung die Rückerstattung dieser Kosten (minus Kosten für Unterkunft und Verpflegung) verlangen, falls er mit der Schulung nicht zufrieden ist.

ABSCHNITT 7: Verpflichtungen und Beschränkungen im Einzelhandel

A. **Rücktrittsrechte.** Schweizer Konsumentenschutzgesetze sehen vor, dass ein Wellness-Botschafter, der einem Endkunden ein Produkt via Haustürgeschäft oder auf ähnliche Weise verkauft, eine 14 Tage-Geld-zurück-Garantie gewähren muss. Dies bedeutet, dass Wellness-Botschafter dem Kunden den Kaufpreis auf Verlangen, egal aus welchem Grund, vollumfänglich zurückerstatten müssen. Kunden sind berechtigt, den Kauf zu widerrufen, wenn der Kaufpreis den Betrag von CHF 100 übersteigt und die Transaktion dem Kunden (a) an seinem Arbeitsort, in Wohnräumlichkeiten oder deren unmittelbarer Nähe, (b) in öffentlichen Verkehrsmitteln oder an einer öffentlichen Durchfahrtsstrasse, (c) bei einer Werbeveranstaltung anlässlich eines Ausflugs oder eines ähnlichen Anlasses oder (d) anlässlich eines Telefongesprächs oder über vergleichbare Mittel gleichzeitiger mündlicher Kommunikation vorgeschlagen wurde. Hingegen haben Kunden kein Widerrufsrecht, wenn sie die Vertragsverhandlungen ausdrücklich wünschten oder wenn sie ihre Einwilligung in das Geschäft an einem Markt- oder Messestand gaben. Der Kunde muss die Rückvergütung innerhalb von 14 Tagen nach Einwilligung in den Kaufvertrag und Kenntnis der Rücktrittsrechte verlangen. Die vollständigen Rückvergütungsbedingungen sind auf der Verkaufsquittung festgehalten, welche dōTERRA den Wellness-Botschaftern zum Gebrauch zur Verfügung stellt. Wellness-Botschafter haben sich mit diesen Bedingungen vertraut zu machen und dürfen Produkte nur zu diesen Bedingungen verkaufen.

Das Unternehmen empfiehlt Wellness-Botschaftern, einer Bitte nach Rückerstattung oder Umtausch eines Produktes auch nachzukommen, wenn diese mehr als 14 Tage nach Einwilligung in den Kaufvertrag eingeht. Das Unternehmen unterstützt diese Empfehlung mit seiner grosszügigen Produktrückgabe-Richtlinie gemäss Abschnitt 6.

B. **Verpflichtung zur Vorlage von Verkaufsquittungen.** Zum Zeitpunkt des Verkaufs müssen Wellness-Botschafter dem Kunden eine vollständig ausgefüllte Einzelhandelsverkaufsquittung ausstellen.

1. Die Vorderseite der Einzelhandelsverkaufsquittung muss vollständig ausgefüllt werden und die bestellten Artikel, den Verkaufspreis sowie Name, Adresse und Telefonnummer des Kunden ausweisen.
2. Auf der Rückseite der Quittung sind das Verkaufsdatum sowie der Name, die Geschäftsadresse und die Geschäftstelefonnummer des Wellness-Botschafter aufzuführen.
3. Kopien sämtlicher Einzelhandelsverkaufsquittungen sind von den Wellness-Botschaftern während mindestens zehn Jahren bei den Akten zu behalten. Der Betrag der erhobenen Umsatzsteuer muss auf dem Quittungsformular ausgewiesen werden.

ABSCHNITT 8: Registrierung oder Sponsoring eines Wellness-Botschafter

A. **Verpflichtung, vertragliche Verantwortlichkeiten zu übernehmen.** Bevor ein Wellness-Botschafter als registrierende Person oder Sponsor agieren kann, muss er alle Bedingungen erfüllen und Verantwortlichkeiten übernehmen, die im Vertrag beschrieben sind.

B. **Platzierung.** Ein Wellness-Botschafter kann Personen als Antragsteller für eine Vertriebspartnerschaft an das Unternehmen verweisen. Ein Antragsteller, der Wellness-Botschafter wird, wird in der Struktur der registrierenden Person platziert, welche im Wellness-Botschaftervertrag vermerkt ist.

C. **Schulung und Unterstützung der Struktur.** Um als registrierende Person oder Sponsor erfolgreich zu sein, übernimmt ein Wellness-Botschafter die Verpflichtung, die Wellness-Botschafter in seiner Struktur zu schulen und zu unterstützen. Erfolg als Wellness-Botschafter ist nur zu erreichen durch den systematischen Verkauf von Produkten des Unternehmens an Endkunden sowie Produktverkäufe anderer Wellness-Botschafter innerhalb der eigenen Struktur.

D. **Erschlossene regionale Märkte.** Ein Wellness-Botschafter darf nur in erschlossenen regionalen Märkten andere Wellness-Botschafter registrieren oder sponsern. Vgl. Abschnitt 14.

E. **Erfolg als registrierende Person oder Sponsor.** Um als registrierende Person oder Sponsor und Leader erfolgreich zu sein, nimmt ein Wellness-Botschafter folgende Aufgaben wahr:

1. regelmässige Durchführung von Verkaufs- und Organisationsschulungen, Begleitung und Motivierung der Wellness-Botschafter in seiner Struktur. Eine registrierende Person oder ein Sponsor sollte mit allen Personen in ihrer oder seiner Struktur in Kontakt und verfügbar sein, um Fragen zu beantworten. Wenn Sie in Ihrer Struktur einen hochrangigen Leader haben, sollten Sie mit Personen in der Struktur des hochrangigen Leaders via den hochrangigen Leader kommunizieren;
2. bestmögliche Sicherstellung, dass alle Wellness-Botschafter in der Struktur des Wellness-Botschafters die Bedingungen des Vertrages sowie die anwendbaren nationalen und regionalen Gesetze und Bestimmungen richtig verstehen und einhalten;
3. Eingreifen bei Streitigkeiten zwischen einem Kunden und einem Wellness-Botschafter in der eigenen Struktur und Versuch, solche Streitigkeiten prompt und gütlich zu erledigen;
4. Durchführung von Schulungen, um sicherzustellen, dass Produktverkäufe durch die Struktur des Wellness-Botschafters und Anlässe, an denen die Geschäftsmöglichkeit vorgestellt wird, in Übereinstimmung mit dem Vertrag und allen geltenden Gesetzen und Bestimmungen vorstattengehen;
5. prompte Erledigung von Streitigkeiten zwischen dem Wellness-Botschafter, anderen Wellness-Botschaftern und der Struktur des Wellness-Botschafters; und
6. Beantwortung von Kommunikation innerhalb nützlicher Frist und Schulung jener Wellness-Botschafter, welche der Wellness-Botschafter registriert und sponsert, bezüglich der Richtlinien des Unternehmens.

F. Sorgfaltspflicht als registrierende Person und Sponsor. Registrierende Personen und Sponsoren tragen Verantwortung und die spezielle Sorgfaltspflicht sicherzustellen, dass ihr Handeln oder ihre Unterlassungen für niemanden in ihrer Struktur oder das Unternehmen Verlust, Schaden oder Schwierigkeiten verursachen oder nach sich ziehen, und müssen unverzüglich handeln, um jeglichen solchen Verlust, Schaden oder jegliche solche Schwierigkeit zu beheben.

Zum Zeitpunkt der Registrierung hat die registrierende Person sicherzustellen, dass diejenigen, die sie registriert, darüber informiert sind, wer ihr Sponsor sein wird. Wellness-Botschafter sollten die Zuordnung des Registriererstatus eines neuen Wellness-Botschafters nicht ihrer Upline oder sonst jemandem überlassen.

G. Neuordnung einer Struktur oder eines Teils davon. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, eine Struktur oder Teile davon von registrierenden Personen wegzuschieben oder neu zu ordnen, wenn diese gegen die Bestimmungen dieses Richtlinien-Handbuches verstossen oder ein Verhalten an den Tag legen, welches das Unternehmen nach eigenem Ermessen als moralisches Fehlverhalten einstuft, oder in solches involviert sind. Dieses Richtlinien-Handbuch verpflichtet das Unternehmen nicht, Massnahmen zu ergreifen, ein Verschieben oder Ablehnen solcher Massnahmen stellt aber auch keinen Verzicht auf das Recht dar, solche zu ergreifen.

Beispiele moralischen Fehlverhaltens beinhalten, beschränken sich aber nicht auf unerwünschte sexuelle Annäherungsversuche oder Nachrichten, das Versäumen, Schulden zurückzubezahlen, Insolvenz, körperliche Gewalt, mutwilliges Verhalten oder Missbrauch, Diebstahl sowie Einmischung in familiäre Beziehungen.

Das Unternehmen teilt einer registrierenden Person oder einem Sponsor 30 Tage im Voraus mit, wenn ihre Struktur von ihnen wegverschoben oder neu geordnet wird.

H. Registrierung eines Vorteilskunden. Ein Wellness-Botschafter kann auch Kunden in das Unternehmen einführen, welche sich als Vorteilskunden registrieren. Ein Vorteilskunde beteiligt sich nicht am Vergütungsplan. Wellness-Botschafter haben zu beachten, dass Vorteilskunden für eine Registrierung als dōTERRA-Vorteilskunde:

1. eine nicht erstattungsfähige Antragsgebühr von EUR 20.00 exkl. MWST bezahlen müssen.
2. eine korrekt und vollständig ausgefüllte Vorteilskundenvereinbarung beim Unternehmen einreichen müssen; und

3. an ihrem Wohnort volljährig und rechtlich fähig sein müssen, die Vorteilskundenvereinbarung abzuschließen.

Spitäler können nicht ohne das schriftliche Einverständnis der Compliance- und Rechtsabteilungen von dōTERRA Vorteilskunden werden.

ABSCHNITT 9: Platzierung, Linienwechsel und Verbot übergreifender Rekrutierung

A. Anfangsplatzierung. Wenn ein neuer Wellness-Botschafter registriert wird, kann die Person, die den neuen Wellness-Botschafter registriert, diesen an beliebiger Stelle in ihrer Struktur platzieren.

B. Umplatzierungen nach der Registrierung.

1. Am oder vor dem 10. Tag des Kalendermonats, welcher auf die Registrierung eines neuen Wellness-Botschafters beim Unternehmen folgt, kann die registrierende Person den neuen Wellness-Botschafter mit dem Einverständnis des Unternehmens einmal an eine beliebige Stelle in ihrer Struktur umplatzieren (d.h. also nicht ausserhalb ihrer Struktur).

2. Nach Ablauf der oben beschriebenen Frist ist ein Wellness-Botschafter endgültig platziert, und das Unternehmen wird Gesuche um Umplatzierung von Wellness-Botschaftern an eine andere Stelle innerhalb einer Struktur normalerweise nicht bewilligen.

a. Weitere Umplatzierungen sind selten und müssen in jedem Einzelfall schriftlich durch das Komitee des Unternehmens, welches über Ausnahmen entscheidet, genehmigt werden.

b. Für die Genehmigung einer Umplatzierung berücksichtigt das Unternehmen u.a. folgende Faktoren:

- i. ob der Wellness-Botschafter, welcher umplatziert werden soll, während mindestens sechs Monaten nicht aktiv war (zwölf Monate bei Silver-Rang oder höher),
- ii. ob der Wellness-Botschafter, welcher umplatziert werden soll, das schriftliche Einverständnis der registrierenden Personen erhält, welche drei Stufen über ihm stehen, und der Sponsoren, die sieben Stufen über ihm stehen,
- iii. ob die Umplatzierung zu einem Rangaufstieg führt,
- iv. ob es zu einer Veränderung vergangener Bonuszahlungen kommen wird,
- v. ob ein Wellness-Botschafter gegen den Vertrag verstossen hat,
- vi. die Auswirkungen der Umplatzierung auf die Struktur und
- vii. etwaige andere relevante Fakten.

c. Einem Wellness-Botschafter mit Diamond-Rang oder höher, welcher persönlich einen neuen Wellness-Botschafter registriert, der innerhalb von drei Monaten den Rang eines Premiers erreicht, ist es erlaubt, diesen in seiner Frontstruktur oder unter einem beliebigen Wellness-Botschafter zwischen dem aktuellen Sponsor und dem registrierenden Wellness-Botschafter zu platzieren. Das entsprechende Gesuch kann, nachdem der registrierende Wellness-Botschafter das Premier Move-Formular ausgefüllt hat, am oder vor dem 10. Tag desjenigen Kalendermonats gestellt werden, der auf den Monat folgt, in welchem der neue Premier als Premier bezahlt wurde. Diese Umplatzierung ist auch dann zulässig, wenn zuvor nach der Registrierung schon eine Umplatzierung stattgefunden hatte. Um drei Monate im Sinne dieses Abschnittes zu zählen, beginnt die Zählung ab dem Moment, in dem der neue Wellness-Botschafter Sponsor seines ersten Wellness-Botschafters ist. Wenn der neue Wellness-Botschafter seinen ersten Wellness-Botschafter nach dem 10. des Kalendermonats sponsert, gilt der Folgemonat als erster Monat. Wenn der neue Wellness-

Botschafter seinen ersten Wellness-Botschafter vor dem 10. des Monats sponsert, gilt der Monat der Registrierung als erster Monat.

- C. Registrierung eines ehemaligen Vorteilskunden als Wellness-Botschafter.** Ein Wellness-Botschafter kann Vorteilskunden als Wellness-Botschafter registrieren. Wenn ein Vorteilskunde Wellness-Botschafter wird, ist er kein Vorteilskunde mehr. Eine registrierende Person kann einen neuen Wellness-Botschafter, der vorher Vorteilskunde war, an beliebiger Stelle in ihrer Struktur platzieren, wenn dieser, nachdem er ein Wellness-Botschafter geworden ist, mindestens einen Vorteilskunden oder Wellness-Botschafter mit Verkäufen von 100 PV registriert hat und keine existierende Struktur besitzt. Die Platzierung des neuen Wellness-Botschafters muss am oder vor dem 10. Tag desjenigen Kalendermonats abgeschlossen sein, der auf das Datum folgt, an welchem die in diesem Abschnitt genannten Bedingungen erfüllt sind.
- D. Neuordnung der registrierenden Person.** Das Unternehmen erlaubt es einer registrierenden Person, einem Wellness-Botschafter (registrierte Person) vorbehaltlich der Genehmigung durch das Unternehmen einmal eine andere registrierende Person zuzuordnen. Weitere Neuordnungen der registrierenden Person können unter mildernden Umständen beantragt werden und unterstehen der Genehmigung des Komitees des Unternehmens, welches über Ausnahmen entscheidet.
- E. Unternehmens- und linienübergreifende Rekrutierung verboten .**
- 1. Unternehmensübergreifende Rekrutierung.** Die tatsächliche oder versuchte Abwerbung, Registrierung, Ermutigung oder sonstige Bemühung, einen anderen dōTERRA-Wellness-Botschafter oder -Kunden direkt oder indirekt (einschliesslich, aber nicht beschränkt auf die Beeinflussung durch eine Webseite) dahingehend zu beeinflussen, dass er sich für eine andere Networkmarketing-Geschäftsmöglichkeit registriert oder daran teilnimmt. Dies stellt eine Rekrutierung dar, und zwar auch dann, wenn der Wellness-Botschafter mit seinen Aktivitäten lediglich auf die Anfrage eines anderen Wellness-Botschafters oder Kunden reagiert.
 - 2. Linienübergreifende Rekrutierung.** Die tatsächliche oder versuchte Abwerbung, Registrierung, Ermutigung oder sonstige Bemühung, eine natürliche oder juristische Person, die aktuell bereits eine Vertriebspartnerschaft mit dōTERRA hat, direkt oder indirekt (einschliesslich, aber nicht beschränkt auf die Beeinflussung durch eine Webseite) dahingehend zu beeinflussen, dass sie sich in einer anderen Sponsorenlinie registrieren lässt. Linienübergreifende Rekrutierung liegt auch vor bei der Registrierung einer natürlichen oder juristischen Person, welche innerhalb der letzten sechs Monate oder, im Falle eines Wellness-Botschafters mit Silver-Rang oder höher, innerhalb der letzten zwölf Monate eine Vertriebspartnerschaft mit dōTERRA hatte.
 - 3. Verbot.** Unternehmens- und linienübergreifende Rekrutierung sind Wellness-Botschaftern verboten. Die Verwendung des Namens des Ehepartners oder von Verwandten, von Markennamen, DBAs, angenommenen Namen, Körperschaften, Partnerschaften, Trusts, staatlichen ID-Nummern oder fiktiven ID-Nummern zur Umgehung dieser Richtlinie ist verboten.
 - 4. Unterlassungsanspruch des Unternehmens.** Wellness-Botschafter anerkennen und stimmen zu, dass unternehmens- und linienübergreifende Rekrutierung eine untragbare und ungerechtfertigte Einmischung in die vertragliche Beziehung zwischen dem Unternehmen und den Wellness-Botschaftern, eine Veränderung des Eigentums des Unternehmens und einen Missbrauch der Geschäftsgeheimnisse des Unternehmens darstellt. Wellness-Botschafter erkennen des Weiteren an und stimmen zu, dass jegliche Verletzung dieser Regel dem Unternehmen unmittelbaren und irreparablen Schaden zufügt, dass dieser Schaden des Unternehmens den Nutzen, den der Wellness-Botschafter möglicherweise daraus zieht, übersteigt, dass das Unternehmen – zusätzlich zu jeglichen zur Verfügung stehenden Rechtsmitteln – einen sofortigen einstweiligen, vorläufigen und dauerhaften Unterlassungsanspruch ohne Hinterlegung einer Sicherheit hat und dass ein solcher Unterlassungsanspruch die Frist nach Beendigung dieser Beschränkung bis zu einem (1) Jahr ab Datum der letzten Verletzung dieser Bestimmung verlängern kann. Die Bestimmungen dieses Abschnitts gelten über die Beendigung des Vertrages hinaus. Sie bedeuten keinerlei Verzicht des

Unternehmens auf andere Rechte und Rechtsmittel, welche dem Unternehmen im Zusammenhang mit der Verwendung seiner vertraulichen Informationen oder anderen Verstössen gegen den Vertrag allenfalls zur Verfügung stehen. Des Weiteren stimmen Wellness-Botschafter zu, dass ihr Erscheinen in Werbe-, Rekrutierungs- oder Ausschreibungsmaterialien anderer Direktvertriebsunternehmen während eines Jahres nach Beendigung des Vertrages eine unternehmensübergreifende Rekrutierung darstellt. Dasselbe gilt für Verweise auf Wellness-Botschafter in besagten Materialien oder wenn die Wellness-Botschafter erlauben, dass ihr Name oder Bild darin erscheint oder darauf verwiesen wird.

ABSCHNITT 10: Vergütungsplan

Ein Wellness-Botschafter kann grundsätzlich auf zwei Arten Boni verdienen: (1) durch Aufschläge im Einzelhandel; und (2) durch Boni (manchmal auch Provisionen genannt), die auf die Produktverkäufe eines Wellness-Botschafters und auf Verkäufe anderer Wellness-Botschafter in seiner Struktur bezahlt werden. Erfolg kann ein Wellness-Botschafter nur durch den systematischen Verkauf von dōTERRA-Produkten und Produktverkäufe innerhalb seiner Struktur erzielen.

Aufschläge im Einzelhandel. Wellness-Botschafter kaufen dōTERRA-Produkte vom Unternehmen zu Einkaufspreisen für den Weiterverkauf an Kunden, für den Gebrauch als Verkaufshilfen oder für den Eigenbedarf. Das Unternehmen schlägt Einzelhandelspreise vor, welche es den Wellness-Botschaftern für den Weiterverkauf an Kunden empfiehlt; Wellness-Botschafter dürfen aber ihre eigenen Wiederverkaufspreise festlegen.

Boni. Boni dienen dazu, die stetigen Anstrengungen aller, vom Wellness-Botschafter, der erst am Anfang steht, bis zum erfahrenen Profi-Wellness-Botschafter, zu belohnen. Zu den möglichen Boni für Wellness-Botschafter gehören der Gewinn aus dem Einzelhandel, Fast Start, Power of Three, Unilevel, Bonus Pools, Diamond Pools, und der Founders Club Bonus. Boni für Verkäufe ausserhalb Ihres regionalen Marktes unterstehen dem Vergütungsplan und den Umrechnungskursen des jeweiligen regionalen Marktes. Nicht alle Produkte oder Promotionen des Unternehmens generieren Boni. All jenen Produkten, die Boni generieren, sind ein bonusfähiger Volumenwert und/oder ein persönlicher Volumenwert zugeteilt.

Definitionen

Belohnungsprogramm (LRP für "Loyalty Rewards Program"): Das LRP-Programm ist ein Programm, das es erlaubt, monatliche Abonnementsbestellungen gemäss einer Vorlage automatisch zu verarbeiten.

Bonusfähiges Volumen (CV für "Commissionable Volume"): Das CV ist das PV einer Bestellung, umgerechnet in die Währung des regionalen Marktes und deklariert in der Währung des Marktes, wo die Bestellung verkauft oder das Geschäft abgeschlossen wird. Das CV wird durch die Preisgestaltung des Unternehmens für die Produkte festgelegt und dient dazu, die Verkaufsprovisionen eines Wellness-Botschafters während einer bestimmten Bonusperiode zu berechnen. Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehören nicht zum CV.

dōTERRA-Unternehmensvolumen (DCV für "dōTERRA Company Volume"): Das dōTERRA Unternehmensvolumen ist die Gesamtmenge von CV, umgerechnet in USD, welches vom Unternehmen an sämtliche Wellness-Botschafter, Vorteilskunden und Einzelhandelskunden innerhalb einer monatlichen Bonusperiode verkauft wird. Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehören nicht zum DCV.

Einzelhandelskunde: Ein Einzelhandelskunde ist eine Person mit einem Einzelhandelskonto. Wellness-Botschafter, die für ihre Bestellungen für Einzelhandelskunden vergütet werden, erhalten

keine zusätzliche Vergütung durch andere Boni ausser bei der Berechnung des dōTERRA-Unternehmensvolumens.

Persönliches Volumen (PV): Jedem bonusfähigen Produkt, das vom Unternehmen über das Konto eines Wellness-Botschafters oder Vorteilskunden verkauft wird, ist ein Produktpunktwert zugeordnet. Das PV besteht aus dem gesamten Punktwert des persönlichen Kontos eines Wellness-Botschafters oder Vorteilskunden in einer monatlichen Bonusperiode. Nicht alle Produkte haben einen bonusfähigen Punktwert. Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehören nicht zum PV.

Persönliches Wachstumsvolumen (PGV für "Personal Growth Volume"): Summe von PV in einer monatlichen Bonusperiode, die sich aus den LRP-Bestellungen ergibt, welche ein Wellness-Botschafter an diejenigen seiner persönlichen registrierten Personen verkauft hat, die sich in den vorangegangenen 12 monatlichen Bonusperioden eingeschrieben haben. PV aus dem anfänglichen Registrierungsmonat einer registrierten Person gehören nicht zum PGV. Ab welchem Monat ein Wellness-Botschafter als registrierte Person gilt, entscheidet das Unternehmen zum Zeitpunkt der Bonusberechnung durch das Unternehmen. Das PV von Produkten, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehört nicht zum PGV.

Pod: Ein Begriff, der im Zusammenhang mit dem Power of Three Bonus verwendet wird. Ein Pod besteht aus 500 oder mehr PV aus LRP-Bestellungen, welche das Unternehmen in einer monatlichen Bonusperiode an Wellness-Botschafter und Vorteilskunden auf der ersten Sponsor-Stufe eines Wellness-Botschafters verkauft, ausschliesslich Registrierungs- und Reaktivierungsbestellungen. Das PV von Produkten, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehört nicht zu den Pods.

Qualifizierendes Volumen (QV): Das individuelle PV eines Wellness-Botschafters und seiner persönlich registrierten Einzelhandelskunden in einer monatlichen Bonusperiode. Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt wurden, gehören nicht zum QV.

Qualifiziertes Standbein: Ein qualifiziertes Standbein wird erreicht, wenn die registrierte Person eines Wellness-Botschafters innerhalb eines separaten Sponsor-Standbeins ihrer registrierenden Person einen bestimmten Rang erreicht. Als qualifiziertes Standbein für Ränge ab Platinum und höher gilt auch ein qualifiziertes Standbein, das aufgrund von Rangkomprimierung qualifiziert ist. Diese Komprimierung erlaubt einem Platinum- oder höheren Rang, sich für einen Rang zu qualifizieren, indem der am höchsten qualifizierende Wellness-Botschafter in jeder seiner Sponsor-Downlines für ihn zählt, vorausgesetzt der betreffende qualifizierende Wellness-Botschafter befindet sich auch innerhalb der Registrierungsdownline der registrierenden Person. Zum Zweck der Rangqualifizierung einer registrierenden Person muss sich jedes qualifizierte Standbein innerhalb einer separaten Sponsor-Downline der registrierenden Person befinden.

Struktur- oder Organisationsvolumen (OV): Gesamtes Umsatzvolumen eines Wellness-Botschafters plus aller anderen Wellness-Botschafter, Vorteilskunden und Einzelhandelskunden in der Struktur dieses Wellness-Botschafters, gemessen in PV. Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt werden, gehören nicht zum OV.

Team-Wachstumsvolumen (TGV für "Team Growth Volume"): TGV ist die Summe von PV, das in einer monatlichen Bonusperiode an registrierte Personen innerhalb einer bestimmten Stufe des Sponsor-Baums eines Wellness-Botschafters, welche in den vorangegangenen zwölf (12)

monatlichen Bonusperioden neu registriert oder reaktiviert wurden, verkauft wird. PV aus dem anfänglichen Registrierungs- oder Reaktivierungsmonat einer registrierten Person gehört nicht zum TGV. Ab welchem Monat ein Wellness-Botschafter als registrierte Person gilt, entscheidet das Unternehmen zum Zeitpunkt der Bonusberechnung durch das Unternehmen. Aus Komprimierung generiertes Umsatzvolumen oder Produkte, die mit Produktguthaben bezahlt wurden, gehören nicht zum TGV.

Umsatz des regionalen Marktes: Das gemeinsame CV aller Wellness-Botschafter mit Wohnsitz in einem bestimmten regionalen Markt. Der Umsatz des regionalen Marktes ist ein Begriff, der für die Festlegung des Founders Bonus verwendet wird.

Fast Start



Abbildung 1

Übersicht. Registrierenden Personen wird für jegliches CV, das während ihrer ersten sechzig (60) Tage an ihre neuen registrierten Personen – Wellness-Botschafter und Vorteilskunden – verkauft wird, wöchentlich ein Fast Start Bonus ausbezahlt. Der Fast Start-Bonus wird den registrierenden Personen auf erster, zweiter und dritter Stufe des neuen Wellness-Botschafters und Vorteilskunden bezahlt. Dabei erhält die registrierende Person auf der ersten Stufe zwanzig (20) Prozent, die registrierende Person auf der zweiten Stufe zehn (10) Prozent und die registrierende Person auf der dritten Stufe fünf (5) Prozent. Vgl. Abbildung 1.

Um sich für den Fast Start-Bonus zu qualifizieren, muss jede registrierende Person (1) 100 QV in der monatlichen Bonusperiode haben, die der Berechnung des Fast Start-Bonus vorausgeht, und (2) am LRP-Programm teilnehmen. Nicht verdiente Boni gehen nicht auf eine andere registrierende Person über. Der Bonus für die vorangehende Woche (Montag bis Sonntag) wird jede Woche berechnet und ausbezahlt. Auf diese Verkäufe wird kein Unilevel-Bonus bezahlt.

Power of Three Bonus

Übersicht. Der Power of Three Bonus ist ein Bonus, der monatlich an Wellness-Botschafter bezahlt wird und EUR 45, EUR 215 oder EUR 1'075 betragen kann. Ein Wellness-Berater kann seinen Power of Three Bonus auch um bis zu EUR 215 erhöhen. Im ersten Monat ihrer Registrierung können Wellness-Botschafter keine Power of Three Boni erhalten. Im Folgenden sind die erforderlichen Qualifikationen für jeden Power of Three Bonus festgehalten.

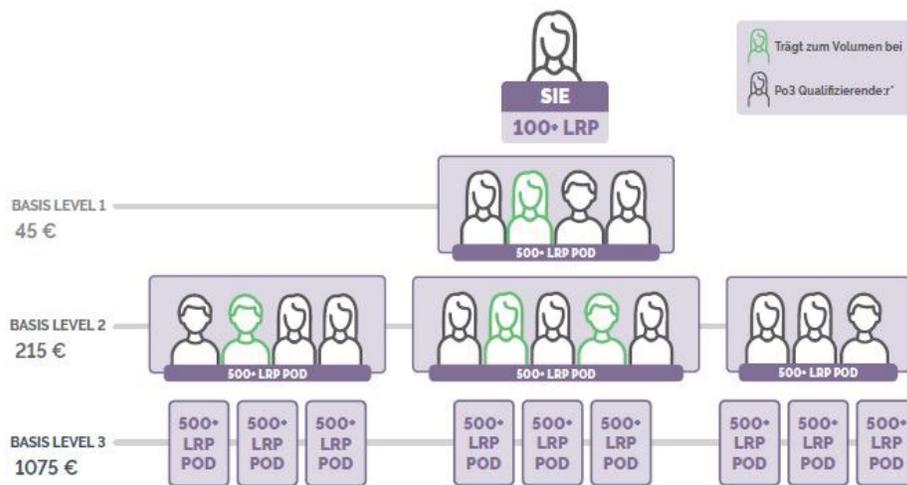


Abbildung 2

Stufe 1 Power of Three Bonus. Um sich für den EUR 45-Bonus zu qualifizieren, muss ein Wellness-Botschafter innerhalb einer monatlichen Bonusperiode LRP-Bestellungen im Gesamtbetrag von 100 PV oder mehr haben und einen Pod erreichen, der mindestens 100 PV aus LRP-Bestellungen enthält, die einem persönlich registrierten Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden verkauft wurden.

Stufe 2 Power of Three Bonus. Um sich für den EUR 215-Bonus zu qualifizieren, muss ein Wellness-Botschafter innerhalb einer monatlichen Bonusperiode zuerst die Qualifikationen für den Stufe 1 Power of Three Bonus erreichen. Sodann muss der Wellness-Botschafter drei gesponserte Wellness-Botschafter auf ihrer ersten Stufe haben, die alle einen Pod haben. Ein Wellness-Botschafter kann sich für den Stufe 2 Power of Three Bonus qualifizieren, ohne dass ein Wellness-Botschafter in dieser Sponsoring-Kette sich für einen Power of Three Bonus qualifiziert.

Stufe 3 Power of Three Bonus. Um sich für den EUR 1'075-Bonus zu qualifizieren, muss ein Wellness-Botschafter innerhalb einer monatlichen Bonusperiode zuerst die Qualifikationen für den Stufe 2 Power of Three Bonus erreichen. Sodann müssen seine drei gesponserten Wellness-Botschafter auf ihrer ersten Stufe, die alle einen Pod haben, wiederum je drei Wellness-Botschafter gesponsert haben, die je einen Pod haben. Ein Wellness-Botschafter kann sich für einen Stufe 3 Power of Three Bonus qualifizieren, ohne dass sein Wellness-Botschafter in dieser Sponsoring-Kette sich für einen Power of Three Bonus qualifiziert. Wenn ein Wellness-Botschafter den Stufe 3 Power of Three Bonus verdient und die monatlichen Power of Three-Zahlungen seiner Struktur 15% des CV seiner Struktur übersteigen, muss der Wellness-Botschafter den Gold-Rang oder höher erreichen, um den Stufe 3 Power of Three Bonus zu verdienen. Wenn der Wellness-Botschafter den Gold-Rang oder höher nicht erreicht, kann er den Power of Three Bonus bis Stufe 2 verdienen.

Power of Three-Verstärkung. Jeden Monat kann ein Wellness-Botschafter auf der Basis seines höchsten qualifizierenden PGV eine Verstärkung seines Power of Three Bonus verdienen. Verdienen Sie eine Bonus-Verstärkung von EUR 45, indem Sie sich für einen Power of Three Bonus qualifizieren und 400 oder mehr PGV haben. Verdienen Sie eine Bonus-Verstärkung von EUR 215, indem Sie sich entweder für einen Stufe 2- oder für einen Stufe 3-Power of Three Bonus qualifizieren und 800 oder mehr PGV haben. Die Verstärkungsboni werden nicht von einer Verstärkung zur nächsten kumuliert und ein Wellness-Botschafter kann nur eine Verstärkung pro monatlicher Bonusperiode erzielen.

Power of Three-Strukturen. Wenn sich ein Blue Diamond oder höher in einer monatlichen Bonusperiode für einen Stufe 3 Power of Three Bonus qualifiziert, kann er sich auch für die Auszahlung eines zweiten Power of Three Bonus auf der richtigen Stufe qualifizieren, wenn er die Kriterien bezüglich einer zweiten Struktur erfüllt. Die Wellness-Botschafter, Vorteilskunden und das entsprechende Umsatzvolumen, die zur Qualifikation für den ersten Stufe 3 Power of Three Bonus verwendet werden, können nicht zur Qualifikation für den zweiten Power of Three Bonus verwendet werden.

All Wellness-Botschafter, die sich am oder vor dem 31. Dezember 2024 für den Verdienst aus mehreren Power of Three-Strukturen qualifizierten, können weiterhin aus ihren bestehenden zusätzlichen Strukturen verdienen, vorausgesetzt jede existierende Struktur erfüllt die neuen Power of Three-Anforderungen. Falls eine Struktur nicht sechsmal (6) verdient, ist diese Struktur nicht mehr als zusätzliche Power of Three-Struktur geeignet.

Unilevel Bonus

Wellness-Botschafter Unilevel Übersicht. Der Unilevel Bonus wird Wellness-Botschaftern jeden Monat ausbezahlt. Der Unilevel Bonus wird auf der Basis des monatlichen CV der Verkäufe des Unternehmens an die Struktur des Wellness-Botschafters berechnet. Der Unilevel Bonus einer bestimmten Bonusperiode hängt vom monatlichen Rang ab, den der Wellness-Botschafter erreicht hat. Die Voraussetzungen für das qualifizierende Volumen, den Rang und das Strukturvolumen müssen jeden Monat erfüllt sein. Verkäufe, auf welche Fast Start Boni bezahlt werden, gehören nicht zum Unilevel-Volumen. Vgl. Abbildung 3.



Abbildung 3

Das Erreichen von Rängen. Um einen Rang zu erreichen, müssen die monatlichen Mindestvoraussetzungen bezüglich qualifizierendes Volumen und Strukturvolumen für den fraglichen Rang erreicht werden. So erfordert beispielsweise der Manager-Rang 100 QV und 400 OV.

Ränge und Stufen. Jeder Rang entspricht einer Anzahl von Strukturstufen, aus welchen der Wellness-Botschafter Vergütungen erhalten kann. Vgl. Abbildung 3. Der Rang des Executive zum

Beispiel bezieht Vergütungen aus den Stufen 2, 3 und 4. Grundsätzlich erhält ein Wellness-Botschafter mit dem Erreichen höherer Ränge Zahlungen aus immer weiter unten befindlichen Stufen seiner Struktur, bis er den Silver-Rang erreicht. Alle Ränge von Silver bis Presidential Diamond erhalten Zahlungen aus den Stufen 2 bis 7.

Auch der Prozentsatz, der einem Wellness-Botschafter bezahlt wird, ändert sich von Stufe zu Stufe. Wie in Abbildung 3 aufgezeigt, werden aus dem Anfangs-Unilevel drei Prozent (3%) bezahlt. Danach steigt der Prozentsatz über die Rangtitel bis zu sieben Prozent (7%) auf der siebten Stufe. Der Bonus berechnet sich aus den kumulierten Zahlungsstufen, so dass ein Executive drei Prozent (3%) aus dem Anfangs-Unilevel plus fünf Prozent (5%) aus den entsprechenden nächsten zwei Stufen erhält.

Um den vollen Prozentsatz aus den untersten zwei Stufen des Unilevel-Bonus zu erhalten, müssen Wellness-Botschafter, welche die Ränge Elite bis Gold erreichen, beim TGV in jeder monatlichen Bonusperiode die folgenden Schwellen erreichen: Elites müssen mindestens 100 PV haben, das vom Unternehmen an persönlich registrierte Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden verkauft wurde, und ein Minimum von 300 TGV innerhalb ihrer ersten drei (3) Sponsor-Stufen; Premiers müssen ein Minimum von 400 TGV innerhalb ihrer ersten vier (4) Sponsor-Stufen haben; Silvers müssen ein Minimum von 500 TGV innerhalb ihrer ersten fünf (5) Sponsor-Stufen haben; und Golds müssen ein Minimum von 600 TGV innerhalb ihrer ersten sechs (6) Sponsor-Stufen haben.

Qualifizierte Standbeine und Rangtitel. Um bestimmte Ränge zu erreichen, muss ein Wellness-Botschafter qualifizierte Standbeine in seinen einzelnen Sponsor-Standbeinen haben Vgl. Abbildung 3. So muss beispielsweise ein Wellness-Botschafter, der den Silver-Rang erreichen möchte, drei persönlich registrierte qualifizierte Standbeine des Rangs Elite in unterschiedlichen Sponsor-Standbeinen haben. Vgl. Abbildung 3. Wellness-Botschafter mit einem Platinum-Rang oder höher dürfen persönlich registrierte qualifizierte Standbeine in verschiedenen Sponsor-Standbeinen oder qualifizierte Standbeine aus Rangkomprimierung haben. Durch Rangkomprimierung erreichte qualifizierte Standbeine erlauben es einem Wellness-Botschafter mit Platinum-Rang und höher, sich für einen Rang zu qualifizieren, indem der am höchsten qualifizierende Wellness-Botschafter in jeder seiner Sponsor-Downlines für ihn zählt, vorausgesetzt der betreffende qualifizierende Wellness-Botschafter befindet sich auch innerhalb der Registrierungsdownline der registrierenden Person.

Komprimierung. Der dōTERRA-Vergütungsplan maximiert Zahlungen an Wellness-Botschafter durch Komprimierung. Wenn der Rang eines Wellness-Botschafters ihn nicht für den Erhalt eines Bonus auf höherer Stufe qualifiziert, geht der Bonus auf ranghöhere, qualifizierte Wellness-Botschafter über und wird diesen ausbezahlt, ausser wenn ein Wellness-Botschafter des Rangs Elite bis Gold sich nicht für seine untersten beiden Stufen des Unilevel-Bonus qualifiziert.

Konzentrierte Standbeine. Wenn das Volumen eines Standbeins der Struktur eines Wellness-Botschafters achtzig Prozent (80%) des gesamten Strukturvolumens des Wellness-Botschafters übersteigt, kann der gesamte Unilevel-Bonus des Wellness-Botschafters den EUR-Gegenwert von USD 2'000.00 nicht übersteigen, wenn der Wellness-Botschafter den Elite-Rang innehat; den EUR-Gegenwert von USD 5'000.00, wenn der Wellness-Botschafter den Premier-Rang innehat; den EUR-Gegenwert von USD 11'000.00, wenn der Wellness-Botschafter den Silver-Rang innehat; und den EUR-Gegenwert von US 18'000.00, wenn der Wellness-Botschafter den Gold-Rang innehat. Wenn der Platinum-Rang erreicht ist, gibt es keine Begrenzung beim Unilevel-Bonus.

Bonus Pools – ein Bonus, der auf Leadership Performance beruht

Übersicht Bonus Pools. Die Bonus Pools werden jeden Monat von den Rängen Premier und höher verdient und diesen ausbezahlt. Zusammen machen die Bonus Pools fünf Prozent (5%) des dōTERRA-Unternehmensvolumens (DCV) aus – der Empowerment Pool (1.5%), der Leadership Pool (2%) und der Performance Pool (1.5%). Vgl. Abbildung 4. Ein Wellness-Botschafter qualifiziert sich für Zahlungen aus diesen Pools, wenn er den entsprechenden Rang hat und die festgelegten Voraussetzungen für den Pool in einem bestimmten Monat erfüllt. Ein Wellness-Botschafter kann einen oder mehrere 'Anteile' an einem Bonus Pool haben. Der monatliche Bonus für jeden Anteil entspricht dem festgelegten Prozentsatz des fraglichen Pools (1.5%, 2% oder 1.5%), multipliziert mit dem DCV des fraglichen Monats und geteilt durch die Anzahl Anteile von Wellness-Botschaftern, die sich in diesem Monat für einen Anteil oder Anteile qualifiziert haben.

BEZAHLT ALS RANG	PREMIER	SILVER	GOLD	PLATINUM			
	Leadership Pool						
ANZ. DER MÖGLICHEN ANTEILE		1	5	10			
LEISTUNGSSCHWELLE		–	–	–			
ZUSÄTZLICHE ANTEILE		1 x Elite neu					
% des CV		2%			DIAMOND	BLUE DIAMOND	PRESIDENTIAL DIAMOND
	Empowerment Pool			Performance Pool			
ANZ. DER MÖGLICHEN ANTEILE	1	1	2	1 3	3 4	3 6	3 8
LEISTUNGSSCHWELLE	Einschreibung mit 100 PV für jeden Anteil			4.000	6.000	12.000	18.000
ZUSÄTZLICHE ANTEILE	–	–	–	2 x Premier neu			
% des CV	1,50%			1,50%			

Abbildung 4

Anteile am Empowerment Pool. Ein Wellness-Botschafter, der sich als Premier, Silver oder Gold qualifiziert und in einem Monat einem neuen Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden 100 PV oder mehr verkauft, erhält einen Anteil am Empowerment Pool. Gold-Wellness-Botschafter können sich für einen zweiten Anteil qualifizieren, wenn sie in derselben Bonusperiode einem weiteren neuen Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden 100 PV oder mehr verkaufen. Die Anteile kumulieren sich nicht von einem Rang zum nächsten. Der monatliche Bonus für einen Anteil entspricht dem festgelegten Prozentsatz des Pools (1.5%), multipliziert mit dem DCV für dieselbe monatliche Bonusperiode und geteilt durch die Anzahl Anteile aller Wellness-Botschafter, die sich in dieser monatlichen Bonusperiode für einen Anteil qualifiziert haben.

Anteile am Leadership Pool. Jeder Wellness-Botschafter mit Silver-Rang erhält einen Anteil am Leadership Pool. Jeder Wellness-Botschafter mit Gold-Rang erhält fünf Anteile am Leadership Pool. Jeder Wellness-Botschafter mit Platinum-Rang schliesslich erhält zehn Anteile am Leadership Pool. Ein Wellness-Botschafter kann einen zusätzlichen Anteil für einen Monat verdienen, indem er die registrierende Person eines Wellness-Botschafters ist, der erstmals den Elite-Rang erreicht. Die Anteile kumulieren sich nicht von einem Rang zum nächsten. So hat beispielsweise ein Wellness-Botschafter, der vom Silver- zum Gold-Rang aufsteigt, Anspruch auf fünf Anteile, und nicht auf einen Anteil aus dem Silver-Pool und fünf Anteile aus dem Gold-Pool. Der monatliche Bonus für einen Anteil entspricht dem festgelegten Prozentsatz des Pools (2%), multipliziert mit dem DCV des fraglichen Monats und geteilt durch die Anzahl Anteile aller Wellness-Botschafter, die sich in diesem Monat für einen Anteil qualifiziert haben.

Anteile am Performance Pool. Jeder Wellness-Botschafter mit Platinum-Rang erhält einen Anteil am Performance Pool. Jeder Wellness-Botschafter mit Diamond-, Blue Diamond- und Presidential Diamond-Rang erhält drei Anteile am Performance Pool. Ein Wellness-Botschafter kann zwei zusätzliche Anteile für einen Monat verdienen, indem er die registrierende Person eines Wellness-Botschafters ist, der erstmals den Premier-Rang erreicht. Ausserdem kann ein Wellness-Botschafter weitere Anteile am Performance Pool verdienen, indem er in jeder monatlichen Bonusperiode die anwendbare TGV-Schwelle innerhalb seiner ersten sieben (7) Sponsor-Stufen erreicht. Ein Wellness-Botschafter mit Platinum-Rang verdient zwei (2) zusätzliche Anteile, wenn er mindestens 4'000 TGV erreicht. Bis zum 1. Januar 2026 kann ein Wellness-Botschafter mit Diamond-Rang einen (1) zusätzlichen Anteil, ein solcher mit Blue Diamond-Rang drei (3) zusätzliche Anteile sowie ein solcher mit Presidential Diamond-Rang fünf (5) zusätzliche Anteile verdienen, ohne ein Mindest-TGV zu erreichen. Danach ist für den zusätzlichen einen (1) Anteil eines Diamonds ein Minimum von 6'000 TGV erforderlich, für die drei (3) zusätzlichen Anteile eines Blue Diamonds ein Minimum von 12'000 TGV und für die fünf (5) zusätzlichen Anteile eines Presidential Diamonds ein Minimum von 18'000 TGV. Die anwendbaren TGV-Schwellen werden periodisch aktualisiert und auf www.doTERRA.com publiziert. Die Anteile kumulieren sich nicht von einem Rang zum nächsten. Der monatliche Bonus für einen Anteil entspricht dem festgelegten Prozentsatz des Pools (1.5%), multipliziert mit dem DCV der monatlichen Bonusperiode und geteilt durch die Anzahl Anteile aller Wellness-Botschafter, die sich in dieser monatlichen Bonusperiode für einen Anteil oder für Anteile qualifiziert haben.

Diamond Pools – ein Bonus, der auf Leadership Performance beruht

Übersicht Diamond Pools. Die Diamond Pools funktionieren ähnlich wie die Bonus Pools. Die Pools werden jeden Monat verdient und ausbezahlt. Die Diamond Pools werden zusätzlich zu den am Performance Pool verdienten Anteilen bezahlt. Wie bei den Bonus Pools kumulieren sich die Anteile nicht von einem Rang zum nächsten. Der monatliche Bonus für einen Anteil entspricht dem festgelegten Prozentsatz des Pools (1%), multipliziert mit dem dōTERRA-Unternehmensvolumen (DCV) der fraglichen monatlichen Bonusperiode und geteilt durch die Anzahl Anteile aller Wellness-Botschafter, die sich in dieser monatlichen Bonusperiode für einen Anteil oder für Anteile qualifiziert haben. Vgl. Abbildung 5.

BEZAHLT ALS RANG	DIAMOND	BLUE DIAMOND	PRESIDENTIAL DIAMOND
	Diamond Pool	Blue Diamond Pool	Presidential Diamond Pool
ANZ DER MÖGLICHEN ANTEILE	2 4	2 4	2 4
LEISTUNGSSCHWELLE	6.000	12.000	18.000
ZUSÄTZLICHE ANTEILE	1 x Premier neu		1 x Silver neu
% des CV	1%	1%	1%

Abbildung 5

Anteile an den Diamond Pools. Der Diamond Pool, Blue Diamond Pool und Presidential Diamond Pool entsprechen je einem Prozent (1%) des gesamten DCV einer monatlichen Bonusperiode. Vgl. Abbildung 5. Jeder sich qualifizierende Wellness-Botschafter mit Diamond-, Blue Diamond- und Presidential Diamond-Rang erhält zwei (2) Anteile in jeder monatlichen Bonusperiode. Ein Wellness-Botschafter mit Diamond-, Blue Diamond- und Presidential Diamond-Rang kann in einer monatlichen Bonusperiode zwei (2) zusätzliche Anteile verdienen, wenn er die anwendbare TGV-Schwelle innerhalb seiner ersten sieben (7) Sponsor-Stufen erreicht. Die TGV-Schwelle eines Diamonds beträgt 6'000. Die TGV-Schwelle eines Blue Diamonds beträgt 12'000. Die TGV-Schwelle

eines Presidential Diamonds beträgt 18'000. Die anwendbaren TGV-Schwellen werden periodisch aktualisiert und auf www.doTERRA.com publiziert.

Zusätzliche einmalige Anteile an den Diamond Pools. Wellness-Botschafter mit Presidential Diamond-, Blue Diamond- und Diamond-Rang können sich wie folgt für zusätzliche Anteile qualifizieren: Ein Wellness-Botschafter mit Presidential Diamond-Rang erhält einen einmaligen Anteil am Presidential Diamond-Pool, wenn ein anderer Wellness-Botschafter erstmals den Silver-Rang erreicht und der Wellness-Botschafter persönlich durch den Presidential Diamond registriert wurde. Ein Wellness-Botschafter mit Diamond- oder Blue Diamond-Rang erhält einen einmaligen Anteil am Diamond Pool oder am Blue Diamond-Pool, wenn ein anderer Wellness-Botschafter erstmals den Premier-Rang erreicht und dieser Wellness-Botschafter persönlich durch den Diamond oder Blue Diamond registriert wurde.

Founders Bonus - ein Bonus, der auf der Marktentwicklung beruht

Übersicht. Als Anreiz für Wellness-Botschafter, welche in neuen regionalen Märkten aktiv sind, bietet dōTERRA einen Founders Bonus, der von der Marktentwicklung abhängt. Der Founders Bonus wird jährlich ausbezahlt. Ein Founder (Gründer) gehört zu einer festgelegten Anzahl von Wellness-Botschaftern in einem regionalen Markt und ist einer der ersten, der bestimmte Anforderungen erfüllt, die das Unternehmen für diesen Markt festgelegt hat, und diese weiterhin beibehält. Ein Founder darf sich mit anderen Foundern einen Bonus teilen, der auf einem bestimmten Prozentsatz des Umsatzes des regionalen Marktes beruht.

Qualifizierung. Die Qualifizierungskriterien für jeden Markt sind auf dōTERRA.com im Bereich für den spezifischen regionalen Markt ersichtlich. Soweit nicht anders vermerkt, dauert eine Qualifizierungsperiode jeweils zwölf Monate. Wenn ein Wellness-Botschafter die Position eines Founders erreicht, muss er sich, um diese Position zu behalten, jedes Jahr qualifizieren, indem er die im Voraus festgelegten Kriterien für die fragliche Periode von zwölf Monaten erfüllt. Das Unternehmen teilt Änderungen bezüglich Qualifizierungskriterien vor Beginn der nächsten Qualifizierungsperiode mit.

Sollte es einem Founder nicht gelingen, sich erneut zu qualifizieren, oder verliert er seine Founder-Position auf andere Weise, können weder er noch andere Wellness-Botschafter diese Position erhalten, sondern sie erlischt. Der Prozentsatz des Bonusanteils ändert sich nicht, wenn sich die tatsächliche Anzahl qualifizierter Founder ändert. Founder-Positionen stehen nur dem Wellness-Botschafter zu, der sich ursprünglich dafür qualifiziert hat. Die Positionen können nicht an andere Wellness-Botschafter oder Personen abgetreten, übertragen, verschenkt oder verkauft werden und bleiben nicht über den Tod des betreffenden Founders hinaus bestehen. Founder-Positionen sind nicht für jeden Markt erhältlich.

Das Unternehmen behält sich vor, nach eigenem Ermessen und nach ordnungsgemäßer Anzeige an sowie Genehmigung durch die zuständigen Behörden weitere Founders Boni anzubieten, von denen jede Version gewissen festgelegten Verkaufsböcken des regionalen Marktvolumens entspricht und aus diesen bezahlt wird.

Das Belohnungsprogramm (LRP)

Übersicht. Wellness-Botschafter können sich monatliche Lieferungen von dōTERRA-Produkten sichern, indem sie sich für das Belohnungsprogramm (LRP) registrieren. Das LRP-Programm erspart ihnen die lästige Eingabe monatlicher Bestellungen.

Verdienen von Produktguthaben. Die erste LRP-Bestellung eines Wellness-Botschafters berechtigt unter Umständen zum Erhalt von Produktguthaben, und spätere LRP-Bestellungen, welche jeden Monat mindestens 50 PV generieren, berechtigen jeden Monat zu Produktguthaben.

Einlösen von Produktguthaben. Wenn der Wellness-Botschafter während 60 Tagen am LRP-Programm teilgenommen hat, kann er Produktguthaben gegen vollwertige PV-Produkte einlösen. LRP-Produktguthaben können während 12 Monaten ab Ausstellungsdatum eingelöst werden. Danach verfallen sie. Die Guthaben können gegen eine Gebühr von EUR 2.00 pro Produktguthaben à 100 telefonisch über +41 (43) 508 28 78 oder per E-Mail an france@doterra.com, kundendienst@doterra.com oder assistenzaclienti@doterra.com eingelöst werden. Produkte, die mit LRP-Produktguthaben erworben wurden, dürfen nicht weiterverkauft werden und können auch nicht retourniert werden. Wenn solche Produkte retourniert werden, ist das Unternehmen berechtigt, den Betrag der Produktguthaben, die zum Erwerb der retournierten Produkte benutzt wurden, zurückzuholen und mit der Vergabe zukünftiger Produktguthaben zu verrechnen. Bestellungen mit Produktguthaben haben keinen PV und können nicht mit anderen Produktbestellungen kombiniert werden. Produktguthaben können nicht gegen Bargeld eingelöst werden und sind nicht übertragbar. Alle Produktguthaben verfallen, wenn die Teilnahme am LRP-Programm gekündigt wird. Die erste LRP-Bestellung kann nur telefonisch beim Unternehmen storniert werden. Jede weitere LRP-Bestellung kann online storniert werden.

Handeln im Auftrag Anderer. Ein Wellness-Botschafter darf ohne schriftliche Erlaubnis eines anderen teilnehmenden Wellness-Botschafters oder Vorteilskunden keine LRP-Bestellungen in dessen Namen einrichten. Die entsprechende schriftliche Erlaubnis muss dem Unternehmen vorliegen sein, bevor eine solche Bestellung eingerichtet wird. Entsprechende Bestellungen müssen durch den teilnehmenden Wellness-Botschafter oder Vorteilskunden bezahlt und an die Hauptadresse, die in dessen Konto vermerkt ist, geliefert werden.

Allgemeine und sonstige Bestimmungen bezüglich Vergütung

Presidential Diamond Multiplier-Konto. Presidential Diamonds sind berechtigt, direkt unter ihrem Haupt-Presidential-Konto ("PD1") ein weiteres Konto einzurichten, das so genannte Multiplier 1 ("M1")-Konto. Presidential Diamonds, die über sechs Standbeine verfügen, können ihrem M1-Konto neue Standbeine hinzufügen und erhalten zusätzliche Unilevel-Boni auf dem neuen Volumen, das sie durch dieses Konto erzeugen. Sie haben so die Möglichkeit, auch an das Volumen zu gelangen, das sich 8 Stufen unter ihrem PD1-Konto befindet.

Das M1-Konto kann eingerichtet werden, sobald der fragliche Leader den Rang des Presidential Diamond erreicht. Das M1-Konto qualifiziert sich in jedem Monat, in dem das PD1-Konto als Presidential Diamond bezahlt wird, für den Erhalt von Boni. Wenn sich das PD1-Konto in einem bestimmten Monat nicht als Presidential Diamond qualifiziert, kann sich das M1-Konto in diesem Monat für keinerlei Boni qualifizieren. Das M1-Konto selbst kann keines der 6 qualifizierenden Standbeine des PD1-Kontos sein. Wenn sich aber eines der 6 qualifizierenden Standbeine des PD1-Kontos in einem bestimmten Monat nicht als Platinum qualifiziert, kann das PD1-Konto trotzdem als Presidential Diamond bezahlt werden, indem eines der persönlich registrierten Platinum-Standbeine des M1-Kontos verwendet wird. Voraussetzung hierfür ist, dass nicht das M1-Konto, sondern das M1-Standbein sich als Platinum qualifiziert. In diesem Fall darf das persönlich registrierte Platinum-Standbein, welches für das PD1-Konto verwendet wird, in diesem Monat nicht für das M1-Konto verwendet werden.

Sobald ein M1-Konto eingerichtet ist, kann der Presidential Diamond Leader entscheiden, ob er persönlich registrierte Front-Standbeine von seinem PD1-Konto zu seinem M1-Konto verschieben möchte, Solange diese Standbeine nicht selbst den Platinum- oder einen höheren Rang erreicht haben. Die Standbeine können nicht untereinander gestapelt oder umstrukturiert werden, sondern werden mit ihrer bestehenden Struktur von der PD1-Frontstruktur zur M1-Frontstruktur verschoben.

Wenn das M1-Konto selbst den Presidential Diamond-Rang erreicht hat, erlaubt das Unternehmen ein weiteres "M2"-Konto als Front-Konto zum älteren M1-Konto. Dies erlaubt einem Leader drei Konten, von denen er Vergütungen auf dem jüngsten Volumen, das sie erzeugen, erzielen kann. Ausserdem profitiert der Leader von Vergütungen aus 9 Stufen unterhalb seines ursprünglichen Presidential Diamond-Kontos. Dieser Multiplikator-Effekt kann so lange fortgesetzt werden, wie die nötigen Platinum Standbeine selbst sich, wie oben erläutert, qualifizieren.

Spezial- und Aktionsboni oder -belohnungen

Von Zeit zu Zeit werden Wellness-Botschaftern Spezialboni oder Aktionen angeboten. Die auf diese Weise angebotenen Produkte können kein PV haben und den Wellness-Botschafter nicht für Boni qualifizieren, die aus der Bestellung solcher Produkte resultieren würden. Die Einzelheiten zu jedem dieser Angebote können auf dōTERRA.com abgerufen werden.

Keine Vergütung nur für die Registrierung einer anderen Person. Wellness-Botschafter werden für Produktverkäufe bezahlt, nicht jedoch für das Registrieren oder Sponsern anderer Wellness-Botschafter.

Keine Vergütungsgarantie. Wie bei jeder anderen Verkaufsmöglichkeit kann die Vergütung, welche Wellness-Botschafter verdienen, stark variieren. Die Kosten, um Wellness-Botschafter zu werden, sind sehr niedrig. Menschen werden aus unterschiedlichen Gründen Wellness-Botschafter. Die meisten, die einfach von den Produkten des Unternehmens zu Einkaufspreisen profitieren möchten, registrieren sich als Vorteilkunde, manche registrieren sich aber auch als Wellness-Botschafter. Manche nehmen die Geschäftsgelegenheit wahr, um ihre Fähigkeiten zu verbessern oder um ihr eigenes Geschäft zu führen. Andere werden Wellness-Botschafter, kaufen aber – aus unterschiedlichen Gründen – nie Produkte vom Unternehmen. Entsprechende qualifizieren sich viele Wellness-Botschafter nie für Boni. Wellness-Botschaftern wird weder ein bestimmtes Einkommen garantiert noch eine bestimmte Gewinnhöhe oder ein bestimmter Erfolg zugesichert. Gewinn und Erfolg kann ein Wellness-Botschafter nur durch erfolgreichen Produktverkauf und die Verkäufe anderer Wellness-Botschafter innerhalb seiner Struktur erreichen. Jeglicher Erfolg beruht in allererster Linie auf den Anstrengungen des einzelnen Wellness-Botschafters.

Aufwand. Um als Wellness-Botschafter eine relevante Vergütung zu erhalten, müssen viel Zeit, Anstrengung und Engagement investiert werden. Dies ist kein Programm für schnellen Reichtum, und es gibt keinerlei Garantie für finanziellen Erfolg.

Berücksichtigung für den Bonus eines bestimmten Zeitraums. Eine Person muss spätestens am letzten Tag einer Bonusperiode ein zugelassener Wellness-Botschafter werden, um für den Bonus und die Qualifizierungsberechnungen für diesen Zeitraum berücksichtigt zu werden. Ohne genehmigte Ausnahme müssen Produktverkäufe spätestens am letzten Tag der Bonusperiode abgeschlossen und die Zahlung eingegangen sein, damit sie für die Bonuszahlungen oder die Rangqualifizierungen dieses Zeitraums berücksichtigt werden können.

Voraussetzungen für Bonuszahlungen. Wellness-Botschafter können nur Boni erhalten, wenn sie alle Bedingungen des dōTERRA-Vergütungsplans erfüllen und nicht mit der Erfüllung wesentlicher Verpflichtungen aus dem Vertrag in Verzug sind. Um gute Geschäftspraktiken zu fördern, sind Wellness-Botschafter damit einverstanden, dass alle Boni einer Prüfung durch das Unternehmen unterzogen werden können.

Um den Ausgleich von Überzahlungen und von Ausnahmen von den Bonus- und Diamond Pools aufgrund von Produktretouren und/oder Überprüfungen zu erleichtern, darf das Unternehmen die Überzahlungsbeträge schätzen und die geschätzten Beträge bei den monatlichen Auszahlungen aus dem Bonus-Pool und Diamond Pool zurückbehalten. Das Unternehmen justiert die Auszahlungen aus dem Bonus- und Diamond Pool regelmässig, indem es effektive Überzahlungen mit den zurückbehaltenen Beträgen und/oder zukünftigen Zahlungen aus den Bonus- und Diamond Pools ausgleicht. Wenn die zurückbehaltenen Beträge die Überzahlungen ein Jahr nach der Auszahlung übersteigen, gleicht das Unternehmen die Zahlungen aus den Bonus-Pools und Diamond Pools regelmässig mit den zurückbehaltenen Beträgen aus.

Bonuszahlung. Ein Bonus wird dem Hauptantragsteller auf dem entsprechenden Wellness-Botschaftervertrag ausbezahlt.

Einlösung von Unternehmensguthaben. Wird in einem Monat ein Unternehmensguthaben auf Produkte ausgestellt, die bestellt, aber in diesem Monat nicht verfügbar sind, wird das persönliche Volumen für diese Produkte erst in demjenigen Monat für die Bonus- und Rangqualifizierungsberechnungen berücksichtigt, in dem das Guthaben eingelöst wird.

Aufbewahrungspflicht für Dokumente. Jeder Wellness-Botschafter, der einen Bonus erhält, verpflichtet sich, die Unterlagen, welche den Einzelhandelsverkauf der Produkte in dem Monat, in welchem der Bonus ausbezahlt wurde, belegen, für mindestens sechs Jahre aufzubewahren. Die Wellness-Botschafter verpflichten sich, dem Unternehmen die Unterlagen auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. Unterlassung stellt eine Vertragsverletzung dar und erlaubt es dem Unternehmen, jegliche Boni, die für Bestellungen in einem Monat ausbezahlt wurden, für den keine Unterlagen zum Einzelhandelsverkauf aufbewahrt wurden, wieder hereinzuholen.

Zurückholen von Boni. Zusätzlich zu allen an anderer Stelle im Vertrag geregelten Rechten zur Zurückholung behält sich das Unternehmen das Recht vor, Boni wieder hereinzuholen, die Wellness-Botschaftern auf Produkte bezahlt wurden, die gemäss Rückgabe-Richtlinie des Unternehmens retourniert wurden;

- a. dem Unternehmen gemäss anwendbarem Recht retourniert wurden;
- b. im Zusammenhang mit dem Fehlverhalten eines Wellness-Botschafters retourniert wurden, wie beispielsweise – aber nicht beschränkt auf – unerlaubte oder irreführende Darstellung eines Angebots oder Verkaufs von Produkten oder Dienstleistungen oder Möglichkeiten des dōTERRA-Vergütungsplans; oder
- c. in Mengen gekauft wurden, welche in unverhältnismässiger Weise die Mengen übersteigen, von denen anzunehmen ist, dass sie innerhalb nützlicher Frist weiterverkauft und/oder für den Eigenbedarf verwendet werden können.

Zahlung zurückgeforderter Boni. Bei der Zurückholung von Bonuszahlungen, wie in diesem Abschnitt vorgesehen, kann das Unternehmen nach eigenem Ermessen entweder die direkte Rückzahlung durch den betroffenen Wellness-Botschafter verlangen oder den Betrag der Rückforderung mit aktuellen oder zukünftigen Boni verrechnen.

Retournierung von Gebühren für Bonuszahlungen. Gelegentlich gelangen Wellness-Botschafter mit der Bitte an das Unternehmen, eine verlorene Bonuszahlung neu auszustellen. Das Unternehmen kann für diese Neuausstellung eine Gebühr verrechnen. Des Weiteren kann das Unternehmen nach eigenem Ermessen das ausstellende Finanzinstitut anweisen, die Bezahlung der ursprünglich vorgesehenen (verlorenen) Zahlung zu sperren. Die Gebühr für die Zahlungssperre ist dem Unternehmen vom Wellness-Botschafter zu vergüten.

Nicht bezogene Beträge. Ein Wellness-Botschafter, der eine Bonuszahlung des Unternehmens nicht fristgerecht (gemäss anwendbarem Recht) annimmt, ermächtigt das Unternehmen, Inaktivitätsgebühren, Zinsbelastungen, sonstige Gebühren und Dokumentenkosten zu verrechnen, soweit dies gesetzlich zulässig ist. Dokumentengebühren dürfen EUR 20.00 pro dem Wellness-Botschafter zugesandtem Dokument bzw. gesandter Nachricht nicht übersteigen. Die Gesamtkosten für Inaktivitätsgebühren, Zinsbelastungen, sonstige Gebühren und Dokumentenkosten dürfen EUR 50.00 innerhalb von zwölf Monaten nicht übersteigen.

ABSCHNITT 11: Produktaussagen

- A. **Standards der Produktüberwachung.** Produkte unterliegen je nach ihren gesetzlichen Klassifizierungen, z.B. als Lebensmittel, Nahrungsergänzungsmittel oder Kosmetika, unterschiedlichen Vorschriften. Welche Aufsichtsbehörde zuständig ist, hängt wiederum von der Art des Produkts ab.
- B. **Werbestandards.** Ähnlich unterliegt auch die Bewerbung eines Produkts je nach Art des Produkts unterschiedlichen Vorschriften. Dabei ist wichtig, dass ein Produkt, welches für einen bestimmten Gebrauch klassifiziert ist, nicht für einen anderen Gebrauch beworben wird; so darf beispielsweise ein Produkt, das für den Gebrauch als Nahrungsergänzungsmittel vorgesehen ist, nicht als Arzneimittel beworben oder vermarktet werden, welches verwendet wird, um bestimmte Krankheiten zu behandeln oder ihnen vorzubeugen. Jegliche Darstellung einer Geschäftsmöglichkeit, einschliesslich Angaben zum Einkommen, muss wahrheitsgetreu und nicht irreführend sein. Behauptungen zur Möglichkeit, einen wohlhabenden Lebensstil, ein Einkommen auf hoher Karrierestufe oder bedeutendes Einkommen zu erzielen, sind irreführend, da Teilnehmende im Allgemeinen keine solchen Resultate erzielen.
- C. **Zulässige Aussagen.** dōTERRA-Produkte sind keine Arzneimittel. Weder dürfen medizinische Aussagen über dōTERRA-Produkte gemacht werden, noch dürfen dōTERRA-Produkte in irgendeiner Weise als medizinisch präsentiert werden. Ein Wellness-Botschafter darf festhalten, dass dōTERRA-Produkte bedenkenlos benützt werden dürfen, wie auf dem Etikett beschrieben, und
1. ihre Formel spezifisch darauf abgestimmt ist, das Wohlbefinden zu unterstützen / einen komfortablen Lebensstil zu pflegen; und/oder
 2. die persönliche Erscheinung verbessern sollen.
- D. **Keine Aussagen zu heilender Wirkung oder medizinische Aussagen.** Ein Wellness-Botschafter darf weder medizinische Aussagen zu Produkten machen noch ein Produkt speziell verschreiben oder als geeignet bei einem spezifischen Leiden darstellen, weil eine solche Art der Darstellung implizieren würde, dass die Produkte Arzneimittel sind und keine Nahrungsergänzungsmittel oder Kosmetika. Auf keinen Fall dürfen die Produkte mit Arzneimitteln verglichen werden, die für die Behandlung spezifischer Leiden verschrieben werden, und es darf nicht behauptet werden, dass die Produkte Krankheitssymptome lindern oder Krankheiten und Beschwerden vorbeugen. Zwar tut das Unternehmen alles, was in seiner Macht steht, um komplizierte und immer wieder angepasste Vorschriften vollständig einzuhalten, die Wellness-Botschafter dürfen aber nicht behaupten oder schlussfolgern, dass die Produkte von irgendeiner Regierung oder Aufsichtsbehörde zugelassen sind.

E. **Offenlegung.** Bei der Bewerbung von dōTERRA oder dōTERRA-Produkten muss ein Wellness-Botschafter die Tatsache offenlegen, dass er ein dōTERRA- Wellness-Botschafter ist, der vom Unternehmen Boni für den Verkauf der Produkte des Unternehmens erhält.

ABSCHNITT 12: Werbung und Nutzung der Rechte am geistigen Eigentum des Unternehmens

A. **Geistiges Eigentum von dōTERRA.** Das geistige Eigentum von dōTERRA, einschliesslich seiner Markenzeichen, Dienstleistungszeichen, Markennamen, Firmenaufmachung und Inhalt seiner Publikationen, ist wertvolles Gut. Indem sie das geistige Eigentum von dōTERRA nutzen, stimmen die Wellness-Botschafter zu und bestätigen, dass mit dem geistigen Eigentum von dōTERRA hohe Vermögens- und Firmenwerte verbunden sind. Sie erkennen an, dass alle Rechte an diesem geistigen Eigentum dem Unternehmen zustehen und dass der diesbezügliche Firmenwert allein und ausschliesslich dem Unternehmen gehört. Des Weiteren bestätigen die Wellness-Botschafter, dass das geistige Eigentum von dōTERRA in der Öffentlichkeit eine Unterscheidungskraft erlangt hat und als Marke für spezifische Güter aus einer Hand erkannt wird. Geistiges Eigentum ist durch nationale und internationale Urheber- und Markenrechte sowie andere Eigentumsrechte geschützt, und zwar in allen seinen Formen, einschliesslich derzeit bestehender oder in Zukunft entwickelter Medien und Technologien.

Die Inhalte vom Unternehmen genehmigter Verkaufshilfen und der offiziellen Webseiten des Unternehmens, einschliesslich Text, Grafik, Logos, Audio-Clips, Musik, Liedtexte, Video, Fotos, Software und anderer Informationen, ist Eigentum von dōTERRA und/oder ihm verbundenen Unternehmen oder Partnern oder ist von Dritten an dōTERRA lizenziert. Da nicht alle Inhalte dōTERRA gehören, lizenziert dōTERRA auch nichts an Wellness-Botschafter, was dōTERRA nicht gehört. Entsprechend verpflichten sich Wellness-Botschafter, beim Gebrauch von geistigem Eigentum und Inhalten von dōTERRA nur genehmigte Inhalte zu verwenden, wie sie hier ausdrücklich definiert und bewilligt sind.

B. Definitionen.

1. **Bekleidung:** Bekleidung umfasst T-Shirts, Hüte und andere Bekleidungsstücke.
2. **Computer- und Telefon-basierte Medien:** Die Übertragung und Anzeige von Inhalten per E-Mail, via statische Webseiten oder soziale Netzwerke; ausserdem die Übertragung und Anzeige via Telefon oder Smartphone.
3. **Filmische Medien:** Live- oder aufgezeichnete elektronische Kanäle, über die Neuigkeiten, Unterhaltung, Bildung, Daten oder Werbebotschaften verbreitet werden, einschliesslich Massen- und Nischenmedien, wie Fernsehen, Radio, Film und Audio oder Video. Filmische Medien schliessen keine Computer- und Telefon-basierten Medien mit ein.
4. **Genehmigte Inhalte:** Genehmigte Inhalte sind nur diejenigen Inhalte, bestehend aus Broschüre, Flyern, Bildern, Präsentationen und Videos, die unter www.doterra.eu in dem Bereich genannt oder publiziert sind, der sich auf den regionalen Markt bezieht, in welchem der Wellness-Botschafter Produkte vermarktet oder andere Wellness-Botschafter rekrutiert.
5. **Vom Unternehmen genehmigte Verkaufshilfen:** Werbematerialien, die vom Unternehmen für den Gebrauch in einem bestimmten, schriftlich bezeichneten regionalen Markt genehmigt sind.
6. **Vom Unternehmen produzierte Verkaufshilfen:** Vom Unternehmen produzierte Verkaufshilfen sind Werbematerialien, welche das Unternehmen für den Gebrauch in einem bestimmten, schriftlich bezeichneten regionalen Markt erstellt und vertreibt.
7. **Geistiges Eigentum von dōTERRA:** Geistiges Eigentum von dōTERRA umfasst jegliches geistiges Eigentum, für welches dōTERRA Holdings, LLC oder ein ihr verbundenes Unternehmen Eigentums- oder Nutzungsrechte für sich beansprucht, einschliesslich – aber nicht beschränkt auf – Markenzeichen, Markennamen, Dienstleistungszeichen und Inhalte ihrer Publikationen, unabhängig davon, ob sie bei den zuständigen Regierungsbehörden registriert sind oder nicht.

8. **Inhalte:** Inhalte sind sämtliche Texte, Grafiken, Logos, Audio-Clips, Videos, Fotos, Software oder geistiges Eigentum von dōTERRA, welche unter den vom Unternehmen produzierten Verkaufshilfen und unter www.doterra.eu zu finden sind.
9. **Medienspezifische Richtlinien:** Medienspezifische Richtlinien sind Richtlinien für die spezifischen regionalen Märkte, welche die Nutzungsstandards von genehmigten Inhalten für ein bestimmtes Format festlegen. Medienspezifische Richtlinien müssen eingehalten werden und können auf www.doterra.eu abgerufen werden.
10. **Soziale Netzwerke:** Die Verwendung webbasierter und mobiler Technologien, um aus Kommunikation einen interaktiven Dialog zu machen.
11. **Verkaufshilfen:** Sämtliche Materialien, egal ob physisch gedruckt oder in digitaler Form, welche beim Angebot oder Verkauf von Produkten des Unternehmens, bei der Rekrutierung künftiger Wellness-Botschafter oder Kunden oder bei der Schulung von Wellness-Botschaftern verwendet werden, die auf das Unternehmen, seine Produkte, den Vergütungsplan oder das geistige Eigentum von dōTERRA verweisen.
12. **Ware:** Sämtliche Artikel, die geistiges Eigentum von dōTERRA sind, ausser Bekleidung, filmische Medien, vom Unternehmen genehmigte Verkaufshilfen, vom Unternehmen produzierte Verkaufshilfen, Computer- und Telefon-basierte Medien. Zur Ware gehören Verkaufshilfen, die für den Verkauf an Dritte bestimmt sind oder an Dritte verkauft werden.

C. Genehmigte Nutzung.

1. Vorbehältlich der Nutzungsbedingungen dürfen Wellness-Botschafter genehmigte Inhalte in den folgenden Fällen verwenden:
 - a. für die Erstellung und Verwendung von Verkaufshilfen.
 - b. für die Erstellung und Verwendung von Computer- oder Telefon-basierten Medien.
2. Vorbehältlich der Nutzungsbedingungen dürfen Wellness-Botschafter genehmigte Inhalte mit dem schriftlichen Einverständnis des Unternehmens in den folgenden Fällen verwenden: Bekleidung, filmische Medien, Verwendungen an Gebäuden und für Schilder sowie Ware gemäss den medienspezifischen Richtlinien auf doterra.com.

D. Nutzungsbedingungen. Die genehmigte Verwendung genehmigter Inhalte unterliegt folgenden Bedingungen:

1. **Medienspezifische Richtlinien.** Genehmigte Inhalte dürfen nur für Bekleidung, filmische Medien, an Gebäuden und für Schilder sowie Ware gemäss den medienspezifischen Richtlinien auf www.doterra.eu für den spezifischen regionalen Markt verwendet werden, in welchem der Wellness-Botschafter Geschäfte tätigt.
2. **Kontext und wahrheitsgetreue Aussagen.** Wellness-Botschafter dürfen genehmigte Inhalte nicht unter Verletzung des Richtlinien-Handbuches oder aus dem Kontext gerissen verwenden oder daraus eine Bedeutung ableiten, die nicht der ausdrücklichen Bedeutung der genehmigten Inhalte entspricht, indem sie die Bedeutung abändern, zusätzlichen Text oder andere Inhalte verwenden. Alle Inhalte müssen wahrheitsgetreu und korrekt sein.
3. **Aussagen und Darstellungen betreffend dōTERRA-Produkte.** Wellness-Botschafter dürfen keine Inhalte verwenden, die gegen Gesetze verstossen, einschliesslich derjenigen Gesetze, die auf die Regulierung von Produktaussagen anwendbar sind. dōTERRA unterstützt eine solche Verwendung in keiner Weise. Vgl. Abschnitt 11.
4. **Variationen, Weglassungen oder Abkürzungen.** Wellness-Botschafter dürfen für keinerlei Zwecke Variationen von genehmigten Inhalten, einschliesslich klanglicher Entsprechungen, Pendants in anderen Sprachen, Weglassungen oder Abkürzungen, verwenden. Inakzeptable Variationen sind zum Beispiel: “doTERRA” oder “doughTERRA” oder “deTIERRA”.

5. **Werbesprüche und Slogans.** Wellness-Botschafter dürfen Werbesprüchen oder Slogans des Unternehmens nichts hinzufügen, nichts davon weglassen oder sie auf irgendeine Weise verändern, also nicht beispielsweise "Gift of the Earth" ändern zu "Gift from the Earth" oder "Earthly Gifts".
6. **Abwertende oder beleidigende Nutzung.** Wellness-Botschafter dürfen genehmigte Inhalte nicht auf abwertende, beleidigende oder schädigende Weise verwenden.
7. **Darstellung in bestem Licht.** Sämtliche genehmigten Inhalte dürfen nur im besten Licht und auf eine Art und Weise oder in einem Kontext gezeigt werden, welche das Unternehmen und seine Produkte positiv darstellen.
8. **Unterstützung oder Sponsoring Dritter.** Wellness-Botschafter dürfen genehmigte Inhalt nicht auf eine Art und Weise verwenden, die andeuten würde, dass das Unternehmen mit Produkten oder Dienstleistungen Dritter oder mit irgendwelchen politischen Anliegen oder Angelegenheiten verbunden ist, diese befürwortet, sponsert oder unterstützt.
9. **Nutzung in Computer- oder Telefon-basierten Medien.** Die folgenden Absätze gelten für Computer- und Telefon-basierte Medien.
 - a. **Überschriften und Titel.** Ausser auf einer kopierten dōTERRA-Webseite oder einer von dōTERRA genehmigten zertifizierten Webseite darf der Name "dōTERRA" in keinerlei Titeln, Untertiteln oder Überschriften von Computer- oder Telefon-basierten Medien verwendet werden. Facebook-Seiten, Instagram-Seiten, Pinterest-Pins, Blogs oder YouTube-Kanäle mit der Marke dōTERRA sind nicht gestattet.
 - b. **Webseiten.** Alle Wellness-Botschafter, welche eine statische dōTERRA-Internetpräsenz haben möchten, müssen die Qualitätsstandards von dōTERRA, auch im Zusammenhang mit dem Verbraucherschutz, erfüllen. dōTERRA stellt all seinen Wellness-Botschaftern eine genehmigte kopierte Webseite zur Verfügung. Um Ihre eigene kopierte dōTERRA-Webseite einzurichten, melden Sie sich auf www.mydoterra.com an und klicken Sie auf die Registerkarte "My Website", dann befolgen Sie die Instruktionen, um Ihre individuell angepasste Seite einzurichten. Darüber hinaus dürfen dōTERRA- Wellness-Botschafter nur eine unabhängige Webseite haben, auf der dōTERRA-Markenzeichen oder die dōTERRA-Fimenaufmachung (Name dōTERRA, Fotos oder Logos, dōTERRA-Produktnamen oder-bilder etc.) verwendet oder gezeigt werden, wenn die Webseite keine Produkte oder sonstige Aussagen enthält, die gegen regionale Gesetze verstossen, dōTERRA-Produkte falsch kennzeichnen oder geistige Eigentumsrechte beliebiger Parteien oder eine Richtlinie von dōTERRA verletzen, oder sonstiges Material enthält, welches dōTERRA nach eigenem Ermessen als unzulässig erachtet. Die URL einer unabhängigen Webseite darf keinerlei geistiges Eigentum von dōTERRA enthalten. dōTERRA kann nicht für Webseiten oder die Inhalte von Webseiten eines Wellness-Botschafters haftbar gemacht werden.
 - c. **Soziale Netzwerke.** Wellness-Botschafter mit Präsenz in sozialen Netzwerken – sei sie privat oder geschäftlich – müssen die statischen Inhalte regelmässig prüfen und bereinigen, um jegliche Aussagen in den Kommentaren oder Bereichen Dritter zu löschen, die nicht rechtlich sind. Facebook-Seiten, Instagram-Seiten, Pinterest-Pins, Blogs oder YouTube-Kanäle mit der Marke dōTERRA sind nicht gestattet.
 - d. **Haftungsausschluss.** Mit Ausnahme von kopierten dōTERRA-Webseiten muss jedes Computer- oder Telefon-basierte Medium klar angeben, dass es nicht von dōTERRA oder einem mit ihm verbundenen Unternehmen verfasst wurde und dass der Besitzer der Seite die volle Verantwortung für deren Inhalt trägt.
 - e. **Domainnamen.** Ohne das ausdrückliche schriftliche Einverständnis des Unternehmens dürfen Wellness-Botschafter in einem Domainnamen keine(n) Namen verwenden, der geistiges Eigentum von dōTERRA darstellt, wobei die Erteilung des Einverständnisses im ausschliesslichen Ermessen des Unternehmens liegt. Eine entsprechende Verwendung muss überdies in einer schriftlichen, von beiden Parteien unterzeichneten Nutzungsvereinbarung festgehalten werden. Unzulässige Verwendungen sind beispielsweise: "doTERRA.com", "doTERRAcompany.com",

“doTERRAcorporate.com” etc. Wellness-Botschafter sind gehalten, die medienspezifischen Richtlinien ihres regionalen Marktes zu konsultieren.

- f. **Sprache der Datenschutzrichtlinie.** Wellness-Botschafter müssen eine schriftliche Datenschutzrichtlinie implementieren, welche den Datenschutzgesetzen der EU und der Schweiz entspricht und u.a. den Zweck angibt, für welchen die von der Webseite gesammelten Informationen verwendet werden sowie den Schutz dieser Informationen vor dem Verkauf an oder die Verwendung durch Dritte erläutert. Die Pflichten von Wellness-Botschaftern bezüglich Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit ihrer Geschäftstätigkeit als Wellness-Botschafter sind unten in Abschnitt 17 näher ausgeführt.
- g. **Verbot von Spam.** Wellness-Botschafter dürfen nicht spammen. Spammen umfasst, ist aber nicht unbedingt beschränkt auf: 1) das unaufgeforderte Zusenden von E-Mail-Nachrichten, die E-Mail- oder Web-Adressen enthalten, vom Account eines Wellness-Botschafters an Online-Nutzer; 2) das Posten von Nachrichten, die die Serviceadresse des Wellness-Botschafters enthalten, in News-Gruppen, welche nichts mit den Produkten des Wellness-Botschafters zu tun haben; 3) das Erstellen falscher “aus Quellen” in einer E-Mail-Nachricht oder einem News-Gruppen-Posting mit der Serviceadresse des Wellness-Botschafters, um so den Eindruck zu erwecken, dass die Nachricht vom Unternehmen oder seinem Wellness-Botschafter-Netzwerk stammt; 4) das unaufgeforderte Zusenden von E-Mails oder Faxen an Listen von Personen, die nicht zur Struktur des Wellness-Botschafters gehören oder mit denen der Wellness-Botschafter zuvor keinerlei geschäftlichen oder privaten Kontakt hatte. Alle mit dem Unternehmen zusammenhängenden E-Mail-Sendungen dürfen nur an Wellness-Botschafter in der Struktur des Wellness-Botschafters verschickt werden. E-Mails dürfen keinerlei unwahre Darstellungen, Aussagen zu Einkommen oder Referenzen enthalten.
10. **Korrekte Verwendung von Markenzeichen.** Wellness-Botschafter müssen genehmigte Inhalte, welche geistiges Eigentum von dōTERRA enthalten, korrekt wie folgt verwenden: Markenzeichen sind Adjektive, mit denen Nomen näher beschrieben werden; das Nomen ist jeweils der Oberbegriff für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Als Adjektive können Markenzeichen nicht im Plural oder im Genitiv verwendet werden. Richtig: “Sie können zwei Flaschen Zendocrine kaufen.” Falsch: “Sie können zwei Zendocrines kaufen.”
11. **Nutzung genehmigter Inhalte.**
- a. Wellness-Botschafter müssen bei ihren Verkaufshilfen, persönlichen Webseiten oder sozialen Netzwerken im Bereich zu den Quellenangaben vermerken, dass die genehmigten Inhalte Eigentum von dōTERRA sind. Die korrekten Angaben für Markenzeichen lauten wie folgt:

_____ ist ein eingetragenes Markenzeichen von dōTERRA Holdings, LLC

_____ ist ein Markenzeichen von dōTERRA Holdings, LLC

Wellness-Botschafter dürfen in genehmigten Inhalten, welche in einem Land vertrieben werden, nicht angeben, dass dōTERRA ein eingetragenes Markenzeichen hält, wenn das fragliche Markenzeichen in diesem Land nicht tatsächlich eingetragen ist.

E. Anerkennung und Schutz von Rechten

1. **Anerkennung von Rechten.** Wellness-Botschafter erklären sich damit einverstanden, dass sämtliche genehmigten Inhalte ausschliessliches Eigentum von dōTERRA Holdings, LLC, oder an dōTERRA Holdings, LLC lizenziert sind. Mit Ausnahme der eingeschränkten Rechte, die durch den Vertrag für die Vertragsdauer gewährt werden, anerkennen Wellness-Botschafter, dass das Unternehmen hiermit alle Rechtsansprüche auf das geistige Eigentum sowie die wirtschaftliche Berechtigung und alle Rechte am geistigen Eigentum und aller damit verbundenen geistigen Eigentumsrechte für jegliche

Zwecke behält. Wellness-Botschafter erklären sich damit einverstanden, das Unternehmen auf dessen Verlangen beim Schutz seiner Rechte am geistigen Eigentum zu unterstützen.

2. **Verpflichtung zum Schutz.** Wellness-Botschafter erklären sich damit einverstanden, das Unternehmen auf Kosten des Unternehmens soweit nötig bei der Beschaffung von Schutz zu unterstützen bzw. jegliche Rechte des Unternehmens an genehmigten Inhalten zu schützen. Wellness-Botschafter informieren das Unternehmen unverzüglich über etwaige mündlich oder schriftlich geltend gemachte Ansprüche oder die Einleitung rechtlicher Schritte gegen den Wellness-Botschafter durch Dritte, wenn diese Schritte bei Gutheissung zu einem Schaden für das Unternehmen oder einer falschen Darstellung des Unternehmens führen könnten. Das Unternehmen kann, muss aber nicht, die Verteidigung gegen solche Ansprüche Dritter, einschliesslich Vergleich o.ä., auf eigene Kosten übernehmen. Der Wellness-Botschafter selbst darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Unternehmens keinen Vergleich o.ä. bezüglich Ansprüchen Dritter im Zusammenhang mit dem geistigen Eigentum und/oder genehmigten Inhalten des Unternehmens abschliessen.
3. **Abtretungen.** Wellness-Botschafter erklären sich damit einverstanden, dass nichts im Vertrag als eine Abtretung oder Gewährung von Rechten, Ansprüchen oder Interessen an den Inhalten oder genehmigten Inhalten an den Wellness-Botschafter ausgelegt werden darf, sondern dass alle Rechte in diesem Zusammenhang dem Unternehmen vorbehalten sind, mit Ausnahme des beschränkten lizenzierten Rechts, die genehmigten Inhalte so zu verwenden, wie dies im Vertrag ausdrücklich vorgesehen ist. Wellness-Botschafter erklären sich damit einverstanden, dass bei Beendigung oder Ablauf des Vertrages davon ausgegangen wird, dass Wellness-Botschafter sämtliche Handelsrechte, Beteiligungen, Kulanz, Goodwill oder anderen Rechte am geistigen Eigentum von dōTERRA, welche die Wellness-Botschafter allenfalls erhalten haben oder die für Bemühungen, die dadurch abgedeckt wurden, auf sie übergegangen sind, an das Unternehmen abgetreten und übertragen haben. Wellness-Botschafter erklären sich weiter damit einverstanden, sämtliche vom Unternehmen verlangten Dokumente zu unterzeichnen, die zur Erreichung oder Bestätigung des Voranstehenden erforderlich sind. Jegliche solche Abtretung oder Übertragung hat, abgesehen von den gegenseitigen Vereinbarungen und Erwägungen gemäss Vertrag, ohne Gegenleistung zu erfolgen.
4. **Kündigung.**
 - a. Die dem Unternehmen in diesem Abschnitt 12 gewährten Rechte können von den Wellness-Botschaftern nicht gekündigt werden.
 - b. Die einem Wellness-Botschafter in diesem Abschnitt 12 gewährten Rechte können vom Unternehmen mit unverzüglicher Mitteilung und ohne Möglichkeit zur Nacherfüllung gekündigt werden, wenn der Wellness-Botschafter einen der folgenden Punkte erfüllt:
 - i. Der Wellness-Botschafter meldet Konkurs an oder stellt einen sonstigen Antrag, um von Insolvenz-gesetzen zu profitieren;
 - ii. Der Wellness-Botschafter handelt unredlich, begeht insbesondere, aber nicht ausschliesslich, Betrug, Täuschung, Irreführung, lügt, stiehlt etc.;
 - iii. Der Wellness-Botschafter kommt einer seiner Verpflichtungen gemäss diesem Vertrag oder einer anderen Vereinbarung zwischen ihm und dem Unternehmen oder einem diesem nahestehenden Unternehmen nicht nach oder weigert sich, ihr nachzukommen (unbeschadet des Rechts des Wellness-Botschafters, selbst zu entscheiden, ob er seine Vertriebspartnerschaft aktiv betreiben möchte oder nicht und, wenn ja, zu welchen Geschäftszeiten);
 - iv. Der Wellness-Botschafter stellt den Erwerb der hierin gewährten Rechte falsch dar oder verhält sich in einer Art und Weise, welche das Unternehmen oder seinen Geschäftsbetrieb oder sein Ansehen in ein schlechtes Licht rückt; oder
 - v. Der Wellness-Botschafter wird eines Verbrechens für schuldig befunden oder begeht eine strafbare Handlung, die im Zusammenhang mit dem Vertrag relevant ist.

- c. Im Falle einer Kündigung der Lizenz, die dem Wellness-Botschafter gemäss diesem Abschnitt 12 gewährt wurde, hat der Wellness-Botschafter, unabhängig vom Grund der Kündigung, unverzüglich sämtliche Nutzung der genehmigten Inhalte einzustellen und darf danach keinerlei geistiges Eigentum, Marken oder Handelsnamen verwenden, die den genehmigten Inhalten ähnlich sind. Eine Kündigung der Lizenz gemäss den Bestimmungen dieses Abschnitts 12 berührt keinerlei sonstige Rechte, die das Unternehmen möglicherweise gegenüber dem Wellness-Botschafter hat.
5. **Rechte sind persönlich.** Die Rechte und Pflichten gemäss diesem Abschnitt sind persönliche Rechte und Pflichten des Wellness-Botschafters. Ohne schriftliches Einverständnis des Unternehmens kann der Wellness-Botschafter sie nicht abtreten, verpfänden, unterlizenzieren oder anderweitig belasten oder damit handeln. Die Erteilung oder Verweigerung seines Einverständnisses liegt allein und vollständig im Ermessen des Unternehmens.
6. **Rechtsmittel.** Jeder Wellness-Botschafter erkennt an und ist damit einverstanden, dass die Einhaltung der Bestimmungen dieses Abschnitts 12 für den Schutz des Firmenwerts und anderer Eigentümerinteressen des Unternehmens erforderlich sind. Entsprechend sind Wellness-Botschafter auch damit einverstanden, dass im Falle einer Verletzung dieses Abschnitts 12:
- a. das Unternehmen einen Unterlassungsanspruch und/oder Anspruch auf effektive Vertragserfüllung hat;
 - b. der Wellness-Botschafter sich nicht gegen diesen Anspruch wehrt, auch wenn ein entsprechendes Rechtsmittel zur Verfügung stehen würde; und
 - c. der Wellness-Botschafter erkennt weiterhin an und ist damit einverstanden dass jeder Verstoss gegen diese Regel dem Unternehmen sofortigen und irreparablen Schaden zufügt, dass der Schaden des Unternehmens grösser ist als jeder Nutzen, der dem Wellness-Botschafter daraus erwachsen mag, und dass das Unternehmen, zusätzlich zu etwaigen anderen verfügbaren Rechtsmitteln, sofortigen, vorübergehenden, vorläufigen und dauerhaften Unterlassungsanspruch hat und dass dieser Unterlassungsanspruch die nachvertragliche Frist dieser Bestimmung auf bis zu einem (1) Jahr ab Datum der letzten Verletzung der Bestimmung verlängern kann. Die Bestimmungen dieses Abschnitts überdauern die Beendigung des Vertrages. Nichts hierin stellt einen Verzicht auf andere Rechte und Rechtsmittel dar, welche dem Unternehmen bezüglich Nutzung seines geistigen Eigentums, seiner genehmigten Inhalte und vertraulichen Informationen oder anderer Verletzungen des Vertrages allenfalls zustehen.

F. Zusätzliche Bestimmungen zur Werbung

1. Wellness-Botschafter dürfen sich am Telefon nicht mit "dōTERRA" melden oder andeuten, dass sie das Unternehmen vertreten oder mehr als ein Wellness-Botschafter sind.
2. Werbung darf nie implizieren, dass bei dōTERRA eine Stelle frei wäre.
3. Es darf kein spezifisches Einkommen versprochen werden.
4. Sämtliche Medienanfragen sind unverzüglich an den Director of Marketing Communications des Unternehmens zu verweisen.
5. Ohne vorgängiges schriftliches Einverständnis eines vertretungsberechtigten leitenden Angestellten des Unternehmens dürfen gegenüber den Nachrichtenmedien oder der allgemeinen Öffentlichkeit keinerlei Erklärungen in Bezug auf den Vertrag abgegeben werden.
6. Auf Anfrage müssen dem Unternehmen jegliche Verkaufshilfen oder sonstigen Medien, welche der Wellness-Botschafter erstellt oder verbreitet oder deren Erstellung er veranlasst hat und die auch geistiges Eigentum oder Inhalte von dōTERRA enthalten, vorgelegt werden. Wellness-Botschafter müssen während sieben (7) Jahren nach dem letzten Datum ihrer Verbreitung eine Kopie sämtlicher Verkaufshilfen oder anderer Werbematerialien aufbewahren, die sie verbreitet haben.

7. Wellness-Botschafter sind damit einverstanden, das Unternehmen und seine Rechtsnachfolger, Abtretungsempfänger, Angestellten und Vertreter von jeglicher Haftung, finanzieller Entschädigung sowie jeglichen Ansprüchen und/oder Forderungen aus oder im Zusammenhang mit der Erzeugung und der Verwendung geistigen Eigentums Dritter oder des Unternehmens zu befreien und zu entbinden, einschliesslich aller Ansprüche aus Verleumdung oder falscher Darstellung.

ABSCHNITT 13: Richtlinie für Einzelhandel, Verkäufe in Dienstleistungsinstituten und an Messen

- A. **Richtlinie für Einzelhandel.** Mit dem vorgängigen schriftlichen Einverständnis des Unternehmens darf ein Wellness-Botschafter Produkte via Einzelhandelsgeschäfte wie Lebensmittelgeschäfte und ähnliche Einrichtungen verkaufen und/oder die dōTERRA-Geschäftsmöglichkeit bewerben, es sei denn, die fraglichen Geschäfte oder Einrichtungen werden – nach alleinigem Ermessen des Unternehmens – als kantonale, regionale oder landesweite Ketten eingestuft.
- B. **Online-Verkäufe.** Wellness-Botschafter dürfen keine dōTERRA-Produkte auf Online-Auktionen oder Mall-Seiten oder anderen Online-Plattformen mit Marken Dritter verkaufen, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf Ricardo, Tutti, Anibis, Digitec, Galaxus, Walmart.com, Taobao.com, Alibaba, Tmal.com, Tencent-Plattformen, Yahoo!, eBay oder Amazon. Wellness-Botschafter dürfen dōTERRA-Produkte über kopierte dōTERRA-Webseiten und Webseiten, die mit Abschnitt 12.D.9 übereinstimmen, verkaufen. Produkte, die einem Kit oder einer Packung entnommen wurden, dürfen nicht online verkauft werden.
- C. **Dienstleistungsinstitute.** Wellness-Botschafter dürfen Produkte via Dienstleistungsinstitute verkaufen, welche Dienstleistungen anbieten, die mit den Produkten zusammenhängen. So können dōTERRA-Produkte beispielsweise über Wellness Clubs, Spas und Fitnessstudios verkauft werden. Spitäler können nicht ohne das schriftliche Einverständnis der Compliance- und Rechtsabteilungen von dōTERRA registriert werden.
- D. **Eignung.** Das Unternehmen behält sich das Recht vor, nach seinem alleinigen Ermessen abschliessend zu entscheiden, ob ein Institut für den Verkauf von Produkten geeignet ist. Wenn das Unternehmen in einem bestimmten Fall seine Erlaubnis erteilt, verzichtet es dadurch nicht auf sein Recht, diese Richtlinie in allen anderen Fällen durchzusetzen.
- E. **Richtlinie für Messen.** Möchten Wellness-Botschafter die dōTERRA-Produkte und -Geschäftsmöglichkeit im Zusammenhang mit einer Messe, einer öffentlichen Veranstaltung oder einem Kongress ("Kongress") zeigen, bewerben und verkaufen, können sie einen Stand mieten oder eine Ausstellung aufbauen, vorausgesetzt das Unternehmen erteilt vorgängig sein schriftliches Einverständnis zu dem Kongress und der Wellness-Botschafter hält sich an folgende Vorschriften:
1. Der Wellness-Botschafter füllt ein Veranstaltungseingabeformular aus und reicht es dem Unternehmen ein. Das Formular findet sich online im virtuellen dōTERRA-Office.
 2. Damit der Wellness-Botschafter einen Stand erhalten und sich Exklusivrechte sichern kann, muss das Unternehmen mindestens vier Wochen vor der Veranstaltung ein Formular erhalten, in welchem um Erlaubnis für die Teilnahme an der Veranstaltung gebeten wird.
 3. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, nur einen Stand pro Veranstaltung zuzulassen, wo das Unternehmen und seine Produkte vorgestellt werden. An diesem Messestand dürfen nur dōTERRA-Produkte und/oder die dōTERRA-Geschäftsmöglichkeit angeboten werden. Ebenso dürfen nur von dōTERRA erstellte Werbematerialien gezeigt oder verteilt werden. Ausserdem ist der Kauf eines Unternehmens- Wellness-Botschafter-Banners erforderlich. Die Gewährung von Exklusivrechten liegt im alleinigen Ermessen des Unternehmens.
 4. Der Wellness-Botschafter darf in Werbung oder Promotionsmaterial in keiner Form auf dōTERRA hinweisen, die andeutet, dass dōTERRA an dem Kongress teilnimmt. Hingegen muss jegliches vom Unternehmen genehmigtes Werbe- und Promotionsmaterial, einschliesslich etwaiger Karten oder Listen, die vom Sponsor des Kongresses erstellt wurden, ausdrücklich auf den Wellness-Botschafter als Wellness-Botschafter von dōTERRA verweisen.

5. Der Wellness-Botschafter darf das Einkommen nicht in übertriebener oder nicht repräsentativer Weise darstellen und auch nicht behaupten, dass das Einkommen einen grosszügigen Lebensstil erlauben würde.
6. Der Wellness-Botschafter darf den Kongress nicht benutzen, um jenseits des dōTERRA-Geschäfts andere Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmöglichkeiten zu bewerben, an denen er möglicherweise beteiligt ist.
7. Während des Kongresses muss der Wellness-Botschafter persönlich das Richtlinien-Handbuch einhalten und ist (i) für die Handlungen aller Personen, die am Kongress am Stand arbeiten, (ii) alle Materialien, die am Kongress verteilt werden, und (iii) alle anderen Aspekte der Teilnahme am Kongress verantwortlich.
8. Zusätzlich zu den übrigen gemäss Richtlinien-Handbuch zur Verfügung stehenden Rechtsmitteln behält sich das Unternehmen das Recht vor, im Falle der Verletzung von Richtlinien anlässlich eines Kongresses die zukünftige Teilnahme an Kongressen zu verweigern.

ABSCHNITT 14: Auslandgeschäft

- A. **Zulässige Aktivitäten in unerschlossenen Märkten.** Vor der offiziellen Eröffnung eines erschlossenen regionalen Marktes sind die zulässigen Aktivitäten von Wellness-Botschaftern in unerschlossenen regionalen Märkten auf die Verteilung von Visitenkarten sowie die Durchführung und Organisation von oder Teilnahme an Treffen beschränkt, deren Teilnehmerzahl einschliesslich Wellness-Botschafter fünf (5) nicht übersteigt. Teilnehmende an solchen Treffen müssen persönliche Bekannte des Wellness-Botschafters sein oder persönliche Bekannte der am Treffen teilnehmenden persönlichen Bekannten des Wellness-Botschafters. Die Treffen müssen bei jemandem zuhause oder in einer öffentlichen Einrichtung stattfinden und dürfen nicht in einem privaten Hotelzimmer durchgeführt werden. Jegliche Techniken der unaufgeforderten Kontaktnahme (Werbung bei Personen, die vor der Kontaktnahme keine persönlichen Bekannten des Wellness-Botschafters waren) sind in unerschlossenen regionalen Märkten strikt untersagt.
- B. **Aktivitäten in regionalen Märkten.** Wellness-Botschafter, die ausserhalb ihres regionalen Marktes Geschäfte tätigen, unterstehen und richten sich nach dem dōTERRA Richtlinien-Handbuch, das in jenem regionalen Markt anwendbar ist, in dem der Wellness-Botschafter diese Geschäfte tätigt. Wellness-Botschafter, die Produkte ausserhalb ihres regionalen Marktes vermarkten, müssen die dort geltenden Richtlinien für die Geschäftsmöglichkeit und Produktversprechen einhalten, wenn sie das Unternehmen als eine Geschäftsmöglichkeit oder seine Produkte in jenem regionalen Markt bewerben.
- C. **Untersagte Aktivitäten in unerschlossenen regionalen Märkten.**
 1. Ein Wellness-Botschafter darf keinerlei Produkte, Dienstleistungen oder Produktmuster des Unternehmens importieren oder deren Import, Verkauf, Verschenken oder Verbreitung unterstützen.
 2. Ein Wellness-Botschafter darf keinerlei Werbung platzieren oder Werbematerialien zum Unternehmen, zu seinen Produkten oder zur Geschäftsmöglichkeit verbreiten ausser vom Unternehmen genehmigte Verkaufshilfen, welche speziell für die Verbreitung in unerschlossenen lokalen Märkten freigegeben sind.
 3. Ein Wellness-Botschafter darf nicht für eine Vereinbarung werben oder eine solche aushandeln mit dem Zweck, einen Staatsangehörigen eines unerschlossenen regionalen Marktes oder eine dort ansässige Person für die Geschäftsmöglichkeit, einen bestimmten registrierenden Sponsor oder eine bestimmte Sponsorenlinie zu verpflichten. Ebenso wenig dürfen Wellness-Botschafter Staatsangehörige unerschlossener regionaler Märkte oder dort ansässige Personen in einem erschlossenen regionalen Markt oder mittels Wellness-Botschafterverträgen erschlossener lokaler Märkte registrieren, es sei denn, der fragliche Staatsangehörige des unerschlossenen regionalen Marktes oder die dort ansässige Person ist zum Zeitpunkt der Registrierung dauerhaft und mit Arbeitsbewilligung im erschlossenen regionalen Markt niedergelassen. Es liegt in der Verantwortung des registrierenden Sponsors sicherzustellen, dass die Vorschriften bezüglich Niederlassung und Arbeitsbewilligung eingehalten werden. Eine Mitgliedschaft bei bzw. Beteiligung oder Eigentum an

einer Körperschaft, Partnerschaft oder anderen juristischen Einheit in einem erschlossenen regionalen Markt allein genügt nicht, die Anforderungen bezüglich Niederlassung und Arbeitsbewilligung zu erfüllen. Wenn ein Teilnehmer einer Vertriebspartnerschaft auf Anfrage des Unternehmens keinen Nachweis seiner Aufenthalts- und Arbeitsbewilligung erbringt, kann das Unternehmen beschliessen, die Registrierung eines Wellness-Botschafters von Anfang an als ungültig zu erklären.

4. Ein Wellness-Botschafter darf kein Geld und andere Gegenleistungen von einem potentiellen Wellness-Botschafter annehmen oder an finanziellen Transaktionen mit einem potentiellen Wellness-Botschafter beteiligt sein mit dem Zweck, unternehmensbezogene Geschäfte zu bewerben oder zu führen.
5. Ein Wellness-Botschafter darf keinerlei Aktivitäten bewerben, unterstützen oder betreiben, welche über die Begrenzungen gemäss diesem Richtlinien-Handbuch hinausgehen oder welche – gemäss alleinigem Ermessen des Unternehmens – dem Geschäft des Unternehmens oder seinen ethischen Interessen bei der internationalen Expansion zuwiderlaufen.

D. Korrupte Methoden. Alle dōTERRA- Wellness-Botschafter müssen den US-amerikanischen Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) und alle ähnlichen oder entsprechenden Gesetze des regionalen Marktes einhalten, wie z.B. den Bribery Act des Vereinigten Königreichs oder das Schweizer Strafgesetzbuch. Eine vollständige Erklärung des FCPA findet sich im dōTERRA-Handout unter dem Menüpunkt Tools der dōTERRA-Webseite. Eine Person oder Organisation macht sich einer Verletzung des FCPA oder eines anderen anwendbaren Bestechungsgesetzes schuldig, wenn:

1. eine Zahlung, ein Angebot, eine Ermächtigung oder ein Versprechen, Geld oder andere Wertgegenstände zu bezahlen, vorliegt,
2. und zwar gegenüber einem staatlichen Beamten (einschliesslich gegenüber einem Parteifunktionär oder dem Manager eines staatlichen Konzerns) oder gegenüber einer beliebigen Person aus der Privatwirtschaft im Zusammenhang mit deren offiziellen Tätigkeiten,
3. mit einem korrupten Motiv;
4. zwecks (i) Beeinflussung von Handlungen oder Entscheidungen dieser Person, (ii) Verleitung dieser Person zu Handlungen oder Unterlassungen, mit denen sie ihre gesetzliche Pflicht verletzt, (iii) Sicherung eines unrechtmässigen Vorteils oder (iv) Verleitung dieser Person, ihren Einfluss geltend zu machen, um auf einen behördlichen Akt oder Entscheid einzuwirken,
5. um so unterstützend darauf einzuwirken, dass ein Geschäft für eine Person oder mit einer Person abgeschlossen oder weitergeführt wird oder einer Person ein Geschäft ermöglicht wird.

E. Keine exklusiven regionalen Märkte oder Lizenzen. Exklusive regionale Märkte oder Lizenzen gibt es nicht.

F. Verbotene regionale Märkte. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, gewisse regionale Märkte zu bezeichnen, in denen jegliche Vermarktung vor der Erschliessung des Marktes ausdrücklich untersagt ist. Es steht in der Verantwortung eines jeden Wellness-Botschafters, vor der Durchführung jeglicher Aktivität in einem unerschlossenen Markt, die vor der Eröffnung dieses Marktes stattfinden soll, das Unternehmen von Neuem zu kontaktieren, um zu überprüfen, ob der regionale Markt, in welchem er solche Aktivitäten durchführen möchte, kein verbotener regionaler Markt ist. Wellness-Botschafter können das Unternehmen anrufen, um eine Liste der verbotenen regionalen Märkte zu erhalten.

G. Verstoss gegen die internationale Richtlinie. Zusätzlich zu anderen gemäss Vertrag vorgesehenen Rechtsmitteln kann es einem Wellness-Botschafter, der gegen eine Bestimmung dieses Abschnitts 14 verstösst, während einem vom Unternehmen als angemessen beurteilten Zeitraum untersagt werden, am fraglichen internationalen Markt teilzunehmen. Ein solches Verbot kann unter anderem Folgendes mit einschliessen:

1. Der Wellness-Botschafter hat keine Berechtigung zu internationalem Vertrieb/Sponsoring im betroffenen regionalen Markt;

2. Der Wellness-Botschafter und seine Upline haben keinen Anspruch auf Boni, die der Wellness-Botschafter und seine Downline-Struktur im betroffenen regionalen Markt generiert haben;
3. Zusätzlich hat der Wellness-Botschafter für eine Dauer von bis zu einem Jahr in allen Märkten kein Recht auf Privilegien, die Wellness-Botschaftern üblicherweise gewährt werden, wie die Würdigung an Unternehmensanlässen oder in Publikationen des Unternehmens oder den Erhalt von Materialien zur Registrierung neuer Wellness-Botschafter vor der offiziellen Eröffnung eines neuen Marktes.

Ein Wellness-Botschafter, der wegen Verstosses gegen Abschnitt 14 dieses Richtlinien-Handbuchs nicht an einem Markt teilnehmen durfte, hat nach Ablauf der Sperrfrist schriftlich beim Unternehmen um dessen schriftliche Genehmigung zur Teilnahme am Markt anzusuchen.

- H. **Kein Verzicht auf andere Rechte.** Die Bestimmungen dieses Abschnitts 14 stellen keinerlei Verzicht auf Rechte des Unternehmens dar, die an anderer Stelle im Vertrag festgelegt sind.

ABSCHNITT 15: Zahlung von Steuern

- A. **Einkommenssteuer.** Ein Wellness-Botschafter übernimmt die alleinige Verantwortung für sämtliche Einkommenssteuern aus selbständiger Erwerbstätigkeit sowie Sozialversicherungsabgaben, welche auf dem Einkommen als dōTERRA- Wellness-Botschafter geschuldet sind.
- B. **Umsatzsteuer.** dōTERRA ist gesetzlich verpflichtet, auf seine Verkäufe an Wellness-Botschafter Mehrwertsteuer (MWST) zu verrechnen. Wellness-Botschafter, deren jährlicher Umsatz (aus ihrer dōTERRA-Vertriebspartnerschaft und aus anderen Geschäften) mindestens CHF 100'000 beträgt, müssen sich für die MWST anmelden und dann auf ihre eigenen Produktverkäufe MWST verrechnen, können aber gleichzeitig die MWST zurückfordern, welche sie auf Produkte bezahlt haben, die sie vom Unternehmen gekauft haben. Wellness-Botschafter sind dafür verantwortlich festzustellen, ob sie mehrwertsteuerpflichtig sind oder nicht und, wenn ja, sich anzumelden und alle anwendbaren MWST-Anforderungen zu erfüllen.

ABSCHNITT 16: Produkthaftungsansprüche

- A. **Abwehr des Unternehmens von Ansprüchen.** Vorbehaltlich der Einschränkungen gemäss dieser Bestimmung, wird dōTERRA die Wellness-Botschafter gegenüber Ansprüchen von Drittkunden verteidigen, die angeblich aus der Verwendung eines Produkts oder wegen eines defekten Produkts Schaden erlitten haben. Wellness-Botschafter müssen das Unternehmen sofort schriftlich von solchen Ansprüchen in Kenntnis setzen, und zwar spätestens zehn (10) Tage nach dem Datum des Schreibens der Drittpartei, in dem der Anspruch wegen angeblichen Schadens geltend gemacht wird. Geschieht dies nicht, ist das Unternehmen von jeglicher Verpflichtung mit Bezug auf den fraglichen Anspruch befreit. Bedingung für die Verpflichtung des Unternehmens, die Wellness-Botschafter zu verteidigen, ist, dass die Wellness-Botschafter dem Unternehmen die Abwehr des Anspruchs vollständig und nach eigenem Ermessen des Unternehmens in allen Belangen, einschliesslich Beizug und Wahl eines Rechtsbeistands, überlassen.
- B. **Ausnahmen von der Schadloshaltung des Wellness-Botschafters.** Das Unternehmen ist nicht zur Schadloshaltung eines Wellness-Botschafters verpflichtet, wenn:
1. sich der Wellness-Botschafter nicht an den Vertrag gehalten und Verpflichtungen und Beschränkungen eingehalten hat, die den Vertrieb und/oder Verkauf der Produkte regeln; oder
 2. der Wellness-Botschafter das Produkt neu verpackt, verändert oder falsch verwendet, Aussagen gemacht oder Anweisungen gegeben oder Empfehlungen abgegeben hat bezüglich Verwendung, Sicherheit, Wirksamkeit, Vorteile oder Resultate, die nicht mit der genehmigten Literatur des Unternehmens übereinstimmen; oder
 3. der Wellness-Botschafter einen Anspruch ohne schriftliches Einverständnis des Unternehmens erledigt oder ihn zu erledigen versucht.

ABSCHNITT 17: Datenschutz und autorisierte Nutzung der Wellness-Botschafter-Informationen

- A. **Datenschutz:** Als selbständigerwerbende, unabhängige Unternehmer sind Wellness-Botschafter die Datenverantwortlichen für jegliche personenbezogenen Daten, einschliesslich personenbezogener Daten von Kunden, die sie im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit als Wellness-Botschafter verarbeiten. Wellness-Botschafter sind dafür verantwortlich sicherzustellen, dass solche personenbezogenen Daten in voller Übereinstimmung mit den anwendbaren Datenschutzgesetzen, einschliesslich der Datenschutz-Grundverordnung der EU 2016/679, verarbeitet, aufbewahrt und vernichtet werden. Hierzu gehört unter anderem die Verantwortung der Wellness-Botschafter,
1. all ihren Verpflichtungen unter den anwendbaren Datenschutzbestimmungen nachzukommen, einschliesslich Verpflichtungen bezüglich Datensicherheit und Vertraulichkeit;
 2. sicherzustellen, dass alle betroffenen Personen angemessen über die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten, einschliesslich Austausch ihrer personenbezogenen Daten mit dem Unternehmen, informiert werden;
 3. sicherzustellen, dass sie eine rechtliche Grundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten, einschliesslich Austausch von personenbezogenen Daten mit dem Unternehmen, haben und die Zustimmung der betroffenen Personen zur Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten einholen, falls dies gemäss den anwendbaren Datenschutzbestimmungen erforderlich ist;
 4. sicherzustellen, dass die betroffenen Personen die Datenschutzrechte, die ihnen gemäss den anwendbaren Datenschutzbestimmungen zustehen, auch ausüben können;
 5. in Übereinstimmung mit den anwendbaren Datenschutzbestimmungen eine schriftliche Vereinbarung mit Datenverarbeitern abzuschliessen, die sie zur Verarbeitung personenbezogener Daten in ihrem Auftrag beiziehen;
 6. angemessene technische und organisatorische Massnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen und in der Lage zu sein zu zeigen, dass die Verarbeitung in Übereinstimmung mit den anwendbaren Datenschutzbestimmungen geschieht;
 7. das Unternehmen unverzüglich von etwaigen tatsächlichen oder vermuteten Datenschutzverletzungen in Kenntnis zu setzen, welche personenbezogene Daten betreffen, die Wellness-Botschafter im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit als Wellness-Botschafter verarbeitet haben;
 8. mit dem Unternehmen in all seinen angemessenen und rechtmässigen Bemühungen, eine solche Verletzung personenbezogener Daten zu verhindern, abzuschwächen oder zu beheben, vollumfänglich zu kooperieren; und
 9. im Falle einer Übertragung personenbezogener Daten in Länder ausserhalb des EWR angemessenen Schutz zu implementieren und zu gewähren, wie dieser gemäss den anwendbaren Datenschutzbestimmungen vorgesehen ist.
- B. **Wellness-Botschafter-Listen.** Listen von Wellness-Botschaftern und alle daraus generierten Kontakte ("Listen") sind vertrauliches Eigentum von dōTERRA. Das Unternehmen hat die Listen mit beträchtlichem Aufwand an Zeit, Mühe und finanziellen Mitteln zusammengetragen, erstellt und konfiguriert und pflegt sie derzeit. Die Listen in ihrer aktuellen und zukünftigen Form stellen geschäftlich vorteilhafte Vermögenswerte und Betriebsgeheimnisse des Unternehmens dar. Das Recht, Listen und andere Wellness-Botschafter-Informationen, welche das Unternehmen pflegt, offenzulegen, behält sich das Unternehmen ausdrücklich vor und kann nach Ermessen des Unternehmens auch verweigert werden.
- C. **Vertraulichkeit der Listen.** Wellness-Botschafter, die Zugriff auf die Listen erhalten, stimmen der Vertraulichkeit und eigentumsrechtlichen Natur dieser Mailinglisten zu und sind damit einverstanden, dass jeglicher Gebrauch dieser Listen oder daraus generierter Kontakte für andere Zwecke als allein für die Förderung des Geschäfts des Unternehmens ausdrücklich untersagt ist. Sie sind ferner damit einverstanden, dass alle Informationen Eigentum des Unternehmens darstellen und jegliche

Materialien, die den Wellness-Botschaftern angeboten werden und auf das Unternehmen oder seine Programme hinweisen, nur mit dem vorangehenden schriftlichen Einverständnis des Unternehmens für jedes einzelne Angebot zur Verfügung gestellt werden.

- D. Spezifische Listen.** Das Unternehmen stellt den Wellness-Botschaftern (hiernach im Zusammenhang mit Listen "Empfänger" genannt) einen individuell abgestimmten Teil der Listen zur Verfügung. Jeder Teil der zur Verfügung gestellten Liste enthält nur Informationen, die für die Stufe des Empfängers und seiner eigenen Downline-Struktur relevant sind.
- E. Nutzungsbeschränkungen.** Die Listen werden dem Empfänger zur beschränkten Nutzung zur Verfügung gestellt mit dem einzigen Ziel, ihm die Schulung, Unterstützung und Betreuung seiner Downline-Struktur zu erleichtern, und zwar ausschliesslich um so das Geschäft des Unternehmens zu fördern. Jeder Empfänger erklärt sich damit einverstanden, dass jegliche Nutzung innerhalb des vorgesehenen Rahmens eine separate exklusive Lizenzvereinbarung zwischen dem Empfänger und dem Unternehmen darstellt.
- F. Listen sind Eigentum des Unternehmens.** Die Listen verbleiben jederzeit im alleinigen Eigentum des Unternehmens. Das Unternehmen kann die Listen jederzeit und nach seinem alleinigen Ermessen zurückverlangen und wieder in seinen Besitz bringen. Entsprechend ist jeder Wellness-Botschafter damit einverstanden,
1. die Listen vertraulich zu behandeln und keine Listen oder Teile davon Dritten zugänglich zu machen, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf bestehende Wellness-Botschafter, Konkurrenten und die Öffentlichkeit;
 2. die Nutzung der Listen auf den vorgesehenen Zweck zu beschränken, namentlich das dōTERRA-Geschäft des Wellness-Botschafters zu fördern. Die Listen dürfen nicht verwendet werden, um dōTERRA Wellness-Botschafter zu ermitteln und für andere Geschäftsmöglichkeiten und -aktivitäten abzuwerben;
 3. dass jegliche Nutzung oder Offenlegung der Listen jenseits der hierin genehmigten oder zum Vorteil Dritter einen Missbrauch, eine Veruntreuung und eine Verletzung der Lizenzvereinbarung des Empfängers darstellt, was dem Unternehmen irreparablen Schaden verursacht;
 4. dass der Empfänger im Falle eines Verstosses gemäss diesem Abschnitt anerkennt, dass ein Unterlassungsanspruch unter den geltenden nationalen oder regionalen Gesetzen ein geeignetes Rechtsmittel gegen eine solche Nutzung darstellt, und auf Verlangen des Unternehmens unverzüglich sämtliche Listen abrufen, welche ihm das Unternehmen bis dahin zur Verfügung gestellt hat, und dem Unternehmen retournieren und dass die Verpflichtungen gemäss diesem Abschnitt auch über die Beendigung der Empfängervereinbarung hinaus ihre Gültigkeit behalten.
- G. Rechtsmittel des Unternehmens bei Verstössen.** Das Unternehmen behält sich das Recht vor, alle geeigneten Rechtsmittel gemäss geltendem nationalem oder regionalem Gesetz zu ergreifen, um seine Rechte an den oben genannten in den Listen enthaltenen geschützten Informationen und Geschäftsgeheimnissen zu schützen. Eine etwaige Unterlassung, die anwendbaren Rechtsmittel zu ergreifen, stellt keinen Verzicht auf diese Rechte dar.

ABSCHNITT 18: Haftungsbeschränkung

Die Parteien vereinbaren, dass die folgenden Bestimmungen anwendbar sind und über die Vertragsbeendigung hinaus fortbestehen sollen.

- A. Keine Zusicherung oder Gewährleistungen.** Soweit dieses Richtlinien-Handbuch nichts anderes vorsieht, gibt dōTERRA keinerlei explizite oder implizite Zusicherungen oder Gewährleistungen mit Bezug auf dōTERRA-Produkte oder deren Zustand, Marktfähigkeit, Eignung für einen bestimmten Zweck oder Gebrauch durch die Wellness-Botschafter ab.
- B. Schadensbegrenzung.** Soweit zulässig unter Schweizer Recht, vereinbaren die Parteien mit Bezug auf jegliche Schadenersatzansprüche gegen das Unternehmen, seine Mitglieder, Manager,

Verwaltungsräte, Direktoren, Aktionäre, Angestellten, Beauftragten und Vertreter das Folgende, und zwar unabhängig von der Form solcher Ansprüche (ob aus unerlaubter Handlung, Vertrag oder sonstige):

1. Das Unternehmen, seine Mitglieder, Manager, Verwaltungsräte, Direktoren, Aktionäre, Angestellten, Beauftragten oder Vertreter übernehmen keinerlei Haftung gegenüber dem Wellness-Botschafter für besondere, indirekte, mittelbare, punitive oder Folgeschäden, einschliesslich entgangenen Gewinn. Diese Haftungsbeschränkung gilt für, ist aber nicht unbedingt beschränkt auf Ansprüche aus oder im Zusammenhang mit der Vertriebspartnerschaft des Wellness-Botschafters und dem Kauf oder Gebrauch von dōTERRA-Produkten.
 2. Ungeachtet einer etwaigen anderslautenden Begrenzung übernehmen das Unternehmen, seine Mitglieder, Manager, Verwaltungsräte, Direktoren, Aktionäre, Angestellten, Beauftragten oder Vertreter keinerlei Haftung für Schäden (unabhängig von deren Natur) aus verspäteter Erfüllung oder Nichterfüllung von Verpflichtungen unter dem Vertrag durch das Unternehmen aus Gründen, welche – vernünftig betrachtet – ausserhalb der Kontrolle des Unternehmens liegen,
 3. Ungeachtet etwaiger anderer Bestimmungen des Vertrages übernehmen das Unternehmen, seine Mitglieder, Manager, Verwaltungsräte, Direktoren, Aktionäre, Angestellten, Beauftragten oder Vertreter keinerlei Haftung gegenüber einem Wellness-Botschafter für Schäden, die den Gesamtbetrag des Geldes übersteigen, welches das Unternehmen gemäss den Bestimmungen des Vertrages vom Wellness-Botschafter erhalten hat.
- C. **Schadloshaltung.** Der Wellness-Botschafter ist damit einverstanden, dōTERRA von jeglicher Haftung, jeglichen Schäden, Bussen, Strafen oder sonstigen Schiedssprüchen oder Vergleichen aus oder im Zusammenhang mit seinen Aktivitäten bei der Bewerbung oder Führung seines unabhängigen Geschäfts als Wellness-Botschafter und jeglichen Aktivitäten in diesem Zusammenhang (zum Beispiel, aber nicht beschränkt auf die Präsentation von dōTERRA-Produkten oder des Vergütungsplans, das Bedienen eines Motorfahrzeugs, die Miete von Sitzungs- oder Trainingsräumlichkeiten, unerlaubte Behauptungen, Verletzung anwendbaren Bundes-, Kantons- oder Gemeinderechts oder entsprechender anwendbarer Verordnungen etc.) freizustellen und schadlos zu halten.
- D. Das Unternehmen beschränkt oder schliesst seine Haftung bei Tod oder Personenschaden infolge Fahrlässigkeit nicht aus, ebenso wenig jede andere Haftung, die von Gesetzes wegen nicht beschränkt oder ausgeschlossen werden kann. Alle Bestimmungen dieses Vertrages unterstehen diesem Absatz D.

ABSCHNITT 19: Disziplarmassnahmen

- A. **Leistungsbedingte Rechte.** Die vertraglichen Rechte des Wellness-Botschafters unterliegen seiner fortwährenden Leistung gemäss den Vertragsbedingungen und sind durch diese bedingt. Wenn ein Wellness-Botschafter seinen Verpflichtungen gemäss Vertrag nicht nachkommt, erlöschen seine Rechte. Das Unternehmen kann die Nichterfüllung eines Wellness-Botschafters ganz oder teilweise entschuldigen, ohne dadurch auf seine Rechte und Rechtsmittel gemäss diesem Vertrag zu verzichten.
- B. **Mögliche Disziplarmassnahmen.** Verstösst ein Wellness-Botschafter gegen Bestimmungen des Vertrages oder legt illegales, betrügerisches, täuschendes oder unethisches Geschäftsgebaren an den Tag, kann dōTERRA nach alleinigem Ermessen Disziplarmassnahmen beschliessen, die es für angemessen hält. Mögliche Disziplarmassnahmen sind:
1. Ausstellen einer mündlichen und/oder schriftlichen Verwarnung oder Ermahnung an den Wellness-Botschafter;
 2. enge Überwachung des Verhaltens des Wellness-Botschafters über einen bestimmten Zeitraum, um sicherzustellen, dass er seinen vertraglichen Verpflichtungen nachkommt;
 3. Aufforderung an den Wellness-Botschafter, dem Unternehmen weitere Zusicherungen zu geben, dass er sich vertragsgemäss verhalten wird. Weitere Zusicherungen können die Aufforderung an den Wellness-Botschafter einschließen, bestimmte Handlungen vorzunehmen im Bestreben, die Nichterfüllung abzuschwächen oder zu korrigieren;

4. Verweigerung oder Aussetzung von Privilegien, welche das Unternehmen von Zeit zu Zeit gewährt, oder keine weitere Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen des Unternehmens, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf Auszeichnungen, Anerkennung an Unternehmensveranstaltungen oder in der Unternehmensliteratur, Teilnahme an vom Unternehmen gesponserten Veranstaltungen, Aufgabe von Produktbestellungen, Beförderung innerhalb des Vergütungsplans, Zugriff auf Unternehmensinformationen und -strukturen oder Teilnahme des Wellness-Botschafters an anderen Programmen oder Geschäftsmöglichkeiten des Unternehmens;
5. Einstellung oder Beschränkung der Auszahlung von Boni auf alle Verkäufe des Wellness-Botschafters oder seiner Struktur oder auf Teile der Verkäufe;
6. Auferlegung einer Buße, die sofort eingefordert oder von zukünftigen Bonuszahlungen abgezogen werden kann;
7. Neuzuweisung eines Teils oder der ganzen Struktur des Wellness-Botschafters;
8. Anpassung des Status des Wellness-Botschafters;
9. Sperrung des Wellness-Botschafters, was zu einer Kündigung oder einer Wiedermöglichkeit unter Bedingungen oder Einschränkungen führen kann;
10. Kündigung der Vertriebspartnerschaft des Wellness-Botschafters; und
11. Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs oder Ergreifung anderer gesetzlich vorgesehener Rechtsmittel.

C. Untersuchung. Wenn dōTERRA eine angebliche Vertragsverletzung untersucht, kommt folgende Vorgehensweise zur Anwendung:

1. Das Unternehmen setzt den Wellness-Botschafter mündlich oder schriftlich von der angeblichen Vertragsverletzung in Kenntnis. Jeder Wellness-Botschafter anerkennt, dass die Beziehung zwischen einem Wellness-Botschafter und dem Unternehmen rein vertraglicher Natur ist. Entsprechend wird das Unternehmen keinerlei Ansprüchen des Wellness-Botschafters, wonach die Beziehung eine quasivertragliche sei oder gewesen sei, stillschweigend aus einer fortlaufenden Praxis oder einem fortlaufenden Vorgehen entstanden, mündlich durch einen Angestellten des Unternehmens im Widerspruch zu den vertraglichen Bestimmungen genehmigt worden sei oder anderweitig in tatsächlicher Hinsicht implizit bestehe, nachkommen oder diese anerkennen.
2. Wenn der Wellness-Botschafter schriftlich informiert wird, gewährt ihm das Unternehmen eine Frist von zehn Geschäftstagen ab Versanddatum der Mitteilung, um dem Unternehmen alle Informationen im Zusammenhang mit dem Vorfall zur Prüfung vorzulegen. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, Aktivitäten der fraglichen Vertriebspartnerschaft (z.B. Aufgabe von Bestellungen, Sponsoring, Änderung von Wellness-Botschafter-Informationen, Erhalt von Boni etc.) ab dem Zeitpunkt des Versands der Mitteilung bis zu einem definitiven Entscheid des Unternehmens zu untersagen.
3. Auf der Basis von Informationen aus zusätzlichen Quellen und der Untersuchung der Aussagen und Fakten durch das Unternehmen zusammen mit den Informationen, welche dem Unternehmen während der Antwortfrist unterbreitet wurden, fällt das Unternehmen einen endgültigen Entscheid bezüglich des angemessenen Rechtsmittels, wozu auch die Kündigung des Vertrags mit dem Wellness-Botschafter gehören kann. Das Unternehmen setzt den Wellness-Botschafter umgehend von seinem Entscheid in Kenntnis. Beschlossene Rechtsmittel sind ab dem Datum gültig, an welchem dem Wellness-Botschafter der Entscheid des Unternehmens per E-Mail an die E-Mail-Adresse mitgeteilt wird, die für das Konto des Wellness-Botschafters aufgeführt ist.
4. Zusätzliche Informationen zum Widerspruchsverfahren gegen den Entscheid des Unternehmens und zur Unternehmensrichtlinie zur Streitbeilegung gemäss Abschnitt 22.C hiernach stellt das Unternehmen auf Anfrage zur Verfügung.

D. Vertragskündigung. Ein Wellness-Botschafter kann den Vertrag jederzeit – aus welchem Grund auch immer – fristlos kündigen, indem er das Unternehmen mit schriftlicher Nachricht an europelacements@doterra.com oder Altius House, 1 North Fourth Street, Milton Keynes, MK9 1DG,

Grossbritannien, über die beabsichtigte Kündigung informiert. Eine Person, deren Vertriebspartnerschaft gekündigt wurde, kann sich während sechs Monaten ab Datum der letzten Aktivität nicht mehr als Wellness-Botschafter registrieren, wenn der Wellness-Botschafter den Rang eines Premier oder tiefer erreicht hatte. Wenn der Wellness-Botschafter den Rang eines Silver oder höher erreicht hatte, muss die Person zwölf Monate warten, bevor sie sich erneut als Wellness-Botschafter bei dōTERRA registrieren kann. Als Aktivitäten gelten u.a. der Produktekauf als Wellness-Botschafter, die Rekrutierung anderer Wellness-Botschafter oder das Verdienen von Boni. Alle Verpflichtungen bezüglich Vertraulichkeit von Informationen, einschliesslich, aber nicht beschränkt auf die Verpflichtungen gemäss den Abschnitten 12 und 17, sowie das Netzwerk des Wellness-Botschafters bleiben über die Vertragskündigung hinaus bestehen.

- E. **Freiwillige Kündigung.** Wenn ein Wellness-Botschafter seinen Vertrag freiwillig kündigt, wird der Status seines Kontos für einen Zeitraum von zwölf Monaten ab Datum der letzten Aktivität ausgesetzt. Nach diesem Zeitraum wird das Konto endgültig geschlossen und aus den Unternehmensstrukturen entfernt. Mit anderen Worten: Ein ausgesetztes Konto verbleibt in den Unternehmensstrukturen, bis es endgültig vom Unternehmen geschlossen wird; während des Zeitraums der Aussetzung findet kein "Übergang" auf die Downline statt. Aufgrund der Komprimierung des Vergütungsplans geht Umsatzvolumen jedoch am ausgesetzten Wellness-Botschafter vorbei, um so eine maximale Auszahlung zu erlauben.
- F. **Inaktivität.** Eine Vertriebspartnerschaft kann vom Unternehmen gekündigt werden, wenn sie nicht aktiv ist oder wenn die jährliche Verlängerungsgebühr nicht bezahlt wurde.
- G. **Mitantragsteller bindet Vertriebspartnerschaft.** Jede Handlung eines Teilnehmers oder Mitantragstellers einer Vertriebspartnerschaft und jede Handlung eines Ehepartners oder Partners eines Wellness-Botschafters bindet die Vertriebspartnerschaft, und jegliche Rechtsmittel, einschliesslich Kündigung des Vertrages, die aufgrund dieser Handlung notwendig wurden, können auf die Vertriebspartnerschaft als Ganzes angewandt werden.
- H. **Zeitbeschränkung für die Anmeldung von Forderungen.** Das Unternehmen prüft keinerlei Verstösse gegen die Bedingungen des Vertrages, welche dem Unternehmen nicht innerhalb von zwei Jahren nach Beginn des angeblichen Verstosses zur Kenntnis gebracht wurden. Wird ein Verstoß nicht innerhalb der Zweijahresperiode gemeldet, führt dies dazu, dass das Unternehmen die Behauptungen nicht weiterverfolgt, um zu verhindern, dass verjährte Ansprüche die täglichen Geschäftsaktivitäten der Vertriebspartnerschaften stören. Sämtliche Meldungen von Verstössen müssen schriftlich erfolgen und an die Rechtsabteilung von dōTERRA geschickt werden.
- I. **Massnahmen gegen einen Wellness-Botschafter.** Das Unternehmen kann gegen einen Wellness-Botschafter Massnahmen ergreifen, wie in diesem Abschnitt 19 des Richtlinien-Handbuchs und andernorts im Vertrag festgelegt, wenn das Unternehmen nach alleinigem Ermessen entscheidet, dass das Verhalten des Wellness-Botschafters oder eines Teilnehmers einer Vertriebspartnerschaft dem Wohlergehen oder dem Ruf des Wellness-Botschafter-Netzwerks des Unternehmens abträglich ist, sie stört oder ihnen schadet.
- J. Wenn ein Wellness-Botschafter den Vertrag gemäss Abschnitt 19.D innerhalb von 14 Tagen nach Abschluss des Vertrags widerruft,
1. kann der Wellness-Botschafter vom Unternehmen verlangen, dass es ihm innerhalb von 14 Tagen alles Geld zurückzahlt, das der Wellness-Botschafter an das bzw. zugunsten des Unternehmens oder an einen bzw. zugunsten eines anderen Wellness-Botschafters des Unternehmens im Zusammenhang mit der Teilnahme des Wellness-Botschafters an diesem Handelssystem gemäss den Bestimmungen für dieses Handelssystem bezahlt hat; und
 2. kann der Wellness-Botschafter sämtliche von ihm im Rahmen dieses Handelssystems gekauften und nicht weiterverkauften Waren innerhalb von 21 Tagen ab Datum des Widerrufs an die Adresse des Unternehmens gemäss Abschnitt 19.D retournieren, sofern diese nicht weiterverkauften Waren im selben Zustand sind, in welchem sie zum Zeitpunkt des Einkaufs waren, unabhängig davon, ob ihre äussere Verpackung geöffnet wurde oder nicht, und das Geld zurückerhalten, das er für diese Waren bezahlt hat; und

3. kann der Wellness-Botschafter innerhalb von 14 Tagen jegliche Dienstleistungen stornieren, die er im Rahmen des Handelssystems bestellt hatte, und das Geld zurückerhalten, das er für diese Dienstleistungen bezahlt hat.
- K. Um Geld zurückzuerhalten, das in Übereinstimmung mit den Abschnitten 19.J.1, J.2, und J.3. bezahlt wurde, muss der Wellness-Botschafter sich via die in Abschnitt 19.D angegebene Unternehmensadresse innerhalb von 21 Tagen ab Datum des Widerrufs an das Unternehmen wenden und die Rückzahlung des Geldes verlangen (und gegebenenfalls das Starter Kit und andere Werbe- oder Schulungsmaterialien, die er gekauft hatte, retournieren). Das Unternehmen wird das Geld daraufhin innerhalb von 21 Tagen ab Datum des Widerrufs zurückzahlen, soweit der Wellness-Botschafter einen rechtlichen Anspruch darauf hat. Um das Geld für die Zahlung von Waren gemäss Abschnitt 19.J.2 zurückzuerhalten, muss der Wellness-Botschafter dem Unternehmen die Waren innerhalb von 21 Tagen ab Datum des Widerrufs an die in Abschnitt 19.D genannte Unternehmensadresse zustellen. Die Kosten für die Zustellung trägt der Wellness-Botschafter. Das Geld, das für diese Waren bezahlt wurde, wird dem Wellness-Botschafter bei Anlieferung der Waren zurückbezahlt oder sofort, wenn die Waren dem Wellness-Botschafter noch nicht geliefert wurden.
- L. Wenn der Wellness-Botschafter diesen Vertrag mehr als 14 Tage nach Abschluss des Vertrages kündigt, kann er sämtliche von ihm im Rahmen dieses Handelssystems innerhalb von 90 Tagen vor der Kündigung gekauften und nicht weiterverkauften Waren (einschliesslich Schulungs- und Werbematerialien, Business-Handbücher und Kits) an das Unternehmen retournieren. Das Unternehmen bezahlt ihm den Preis (einschliesslich MWST), den er für die Waren bezahlt hat, minus – falls sich die Waren wegen einer Handlung oder Unterlassung seitens des Wellness-Botschafters in einem schlechteren Zustand befinden - einen Betrag, der der Wertverringerung entspricht, die aus der Verschlechterung resultiert, sowie eine angemessene Bearbeitungsgebühr (welche die Kosten für die Neuverpackung der retournierten Waren für den Wiederverkauf einschliessen kann). Die Kosten für die Rücksendung trägt der Wellness-Botschafter.
- M. Das Unternehmen kann diesen Vertrag jederzeit und egal, aus welchem Grund, mit sofortiger Wirkung mittels schriftlicher Mitteilung an den Wellness-Botschafter kündigen. Wenn das Unternehmen diesen Vertrag kündigt, kann der Wellness-Botschafter sämtliche von ihm im Rahmen dieses Handelssystems innerhalb von 90 Tagen vor der Kündigung gekauften und nicht weiterverkauften Waren an das Unternehmen retournieren gegen eine volle Rückerstattung des Preises (einschliesslich MWST), den er dafür bezahlt hat, sowie jeglicher Kosten, die ihm für die Retournierung der Waren an das Unternehmen entstanden sind.
- N. Wenn eine der beiden Parteien diesen Vertrag kündigt, kann der Wellness-Botschafter sämtliche von ihm im Rahmen dieses Handelssystems gekauften und nicht weiterverkauften Waren (einschliesslich Schulungs- und Werbematerialien, Business-Handbücher und Kits), die er mehr als 90 Tage, aber innerhalb eines Jahres vor der Kündigung erworben hat, an das Unternehmen retournieren. Das Unternehmen bezahlt ihm 90% des Preises (einschliesslich MWST), den er für die Waren bezahlt hat, minus einen Betrag,
1. der etwaigen Boni oder anderen Leistungen (Geld- oder Sachleistungen) entspricht, die der Wellness-Botschafter im Zusammenhang mit diesen Waren erhalten hat;
 2. den der Wellness-Botschafter dem Unternehmen aus irgendeinem Grund schuldet; und
 3. der einer angemessenen Bearbeitungsgebühr entspricht (welche die Kosten für die Neuverpackung der retournierten Waren für den Wiederverkauf einschliessen kann), alles unter der Voraussetzung, dass
 - a. der Wellness-Botschafter beim Kauf oder Erwerb dieser Waren nicht gegen diesen Vertrag verstossen hat;
 - b. der Wellness-Botschafter die Waren in ungebrauchtem, geschäftlich angemessenem Zustand spätestens bis 14 Tage nach Datum der Kündigung an das Unternehmen retourniert; und

- c. das Unternehmen den Wellness-Botschafter vor dem Kauf nicht klar darauf hingewiesen hatte, dass die Waren saisonale Produkte, Auslaufprodukte oder spezielle Promotionen waren, welche nicht den Rückkaufbestimmungen dieses Absatzes N unterstehen.
- O. Um das für Waren bezahlte Geld gemäss diesem Abschnitt 19 zurückzuerhalten, muss der Wellness-Botschafter dem Unternehmen die Waren innerhalb von 21 Tagen ab Kündigung an die in Abschnitt 19.D genannte Unternehmensadresse zustellen. Die Kosten für die Zustellung trägt das Unternehmen. Der Kaufpreis wird dem Wellness-Botschafter bei Anlieferung der Waren zurückbezahlt oder sofort, falls die Waren bereits beim Unternehmen sind.
- P. Wird diese Vereinbarung aus irgendeinem Grund gekündigt, hat der Wellness-Botschafter das Recht, von allen zukünftigen vertraglichen Verbindlichkeiten gegenüber dem Unternehmen im Zusammenhang mit diesem Handelssystem entbunden zu werden ausser von:
 - (a) Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit Zahlungen an den Wellness-Botschafter unter (etwaigen) Verträgen, welche der Wellness-Botschafter für das Unternehmen abgeschlossen hat (unabhängig davon, ob das Unternehmen hierzu vorgängig sein schriftliches Einverständnis erteilt hat oder nicht); und (b) jeder Verpflichtung, den Preis für Waren oder Dienstleistungen zu bezahlen, welche das Unternehmen dem Wellness-Botschafter bereits geliefert hat, wenn der Wellness-Botschafter diese Waren nicht gemäss diesem Abschnitt 19 an das Unternehmen retourniert hat; und (c) denjenigen Bestimmungen des Vertrages, welche den Wettbewerb mit dem Geschäft des Unternehmens nach erfolgter Kündigung betreffen und auch nach dem Datum der Kündigung in Kraft bleiben.
- Q. Die voranstehenden Absätze J bis P dieses Abschnitts 19 legen die gesetzlichen Rechte des Wellness-Botschafters bei Widerruf oder Kündigung des Vertrags fest. Sollten andere Bestimmungen des Vertrags dem Wellness-Botschafter in einem bestimmten Kündigungsfall vorteilhaftere Rechte zugestehen, darf der Wellness-Botschafter diese vorteilhafteren Rechte ausüben.

ABSCHNITT 20: Vertragsänderungen

- A. **Änderungen mit dreissigtägiger Vorankündigung.** dōTERRA behält sich ausdrücklich das Recht vor, mit dreissigtägiger schriftlicher Vorankündigung in Publikationen des Unternehmens, via separates Mailing oder durch Online-Publikation auf der Webseite bzw. den Webseiten des Unternehmens Ergänzungen oder Änderungen am Vertrag und/oder am Vergütungsplan vorzunehmen. Für Änderungen bezüglich der finanziellen Verpflichtungen von Wellness-Botschaftern gilt für das Unternehmen eine Frist von mindestens 60 Tagen für die schriftliche Vorankündigung. Wellness-Botschafter sind damit einverstanden, dass Änderungen dreissig Tage (bzw. gegebenenfalls sechzig Tage) nach Veröffentlichung der Mitteilung in Kraft treten und automatisch als wirksame und bindende Bestimmung in den Vertrag und/oder den Vergütungsplan zwischen Unternehmen und Wellness-Botschaftern integriert sind. Indem ein Wellness-Botschafter nach Inkrafttreten der Änderungen weiterhin als solcher tätig ist oder irgendwelche Vertriebspartnerschaftsaktivitäten betreibt, einschliesslich Produktkauf, Rekrutierung anderer Wellness-Botschafter oder Verdienen von Boni, bestätigt er, dass er die neuen Bedingungen des Vertrags und/oder Vergütungsplans akzeptiert.
- B. **Änderungen sind für Wellness-Botschafter bindend.** Jegliche Änderungen dieses Richtlinien-Handbuches, des Vertrages und/oder des Vergütungsplans sind nach ihrer Mitteilung via die offiziellen Kommunikationskanäle von dōTERRA,, einschliesslich die Webseite des Unternehmens, E-Mails, Newsletters oder andere Publikationen oder Brief an die Wellness-Botschafter für diese bindend, vorausgesetzt dass das Unternehmen sich bei Änderungen bezüglich der finanziellen Verpflichtungen von Wellness-Botschaftern an die Frist von mindestens 60 Tagen für die schriftliche Vorankündigung hält. Das Bestellen von Produkten oder Annehmen von Bonuszahlungen gilt als Bestätigung, dass ein Wellness-Botschafter den Vertrag mit den Änderungen weiterhin akzeptiert und damit einverstanden ist, durch den Vertrag gebunden zu sein.

ABSCHNITT 21: Rechtsnachfolger und Ansprüche

- A. Bindende Wirkungen und fortlaufende Vorteile.** Der Vertrag ist für die Parteien und ihre Rechtsnachfolger und Abtretungsempfänger bindend und tritt zu ihren Gunsten in Kraft.
- B. Übertragung der Position einer Vertriebspartnerschaft.** Sofern in diesem Richtlinien-Handbuch nicht anders vermerkt, kann ein Wellness-Botschafter die Vermögenswerte seiner Vertriebspartnerschaft veräussern, verkaufen, übertragen oder anderweitig auf beliebige Weise, die der Vertrag und das geltende Recht erlauben (einschliesslich Verkauf, Schenkung oder Vermächtnis), abtreten - allerdings nur mit dem vorgängigen schriftlichen Einverständnis des Unternehmens. Jegliche Vermögenswerte in Form von Ansprüchen auf Vergütung oder Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen vom bzw. durch das Unternehmen werden in den Unternehmensdokumenten erst als Vermögenswerte der übernehmenden Person anerkannt, wenn das Unternehmen schriftlich von der Übertragung in Kenntnis gesetzt wurde und sein formelles schriftliches Einverständnis dazu erteilt hat. Die übertragene Vertriebspartnerschaft unterliegt allen Rechtsmittelmassnahmen, die im Rahmen des Vertrages allenfalls noch vor dem Übertrag ergriffen wurden.
1. Bei Schenkung, Verkauf, Übertragung, Abtretung oder jeder anderen Veräusserung einer Vertriebspartnerschaft entsteht eine neue Vertriebspartnerschaft. Ungeachtet der Tatsache, dass eine solche neue Vertriebspartnerschaft entsteht, nimmt diese neue Vertriebspartnerschaft organisatorisch den Platz der bisherigen Vertriebspartnerschaft ein. Die bisherige Vertriebspartnerschaft muss im Weiteren den Forderungsbestand, das persönliche Volumen LRP-Punkte und das Registrierungsdatum behalten, es sei denn, das Unternehmen gibt sein ausdrückliches schriftliches Einverständnis zu einer anderen Regelung.
 2. Zum Zweck einer erneuten Registrierung als Wellness-Botschafter wird eine Schenkung, ein Verkauf, eine Übertragung oder Abtretung mit Bezug auf die übertragende Person wie eine Kündigung behandelt. Mit anderen Worten: Ein Wellness-Botschafter, der seine Vertriebspartnerschaft verschenkt, verkauft, abtritt oder auf andere Weise überträgt, muss ab dem offiziellen Kündigungsdatum (oder dem Datum des letzten Produktkaufs, falls dieser vor dem Kündigungs- oder Übertragungsdatum stattgefunden hat) sechs Monate (falls er den Rang eines Premier oder tiefer innehatte) bzw. zwölf Monate (falls er den Rang eines Silver oder höher innehatte) warten, bevor er sich erneut registrieren kann. Ein Wellness-Botschafter darf Rechte, die ihm durch den Vertrag übertragen wurden, nicht ohne das vorgängige schriftliche Einverständnis des Unternehmens an eine natürliche oder juristische Person verkaufen, abtreten oder in anderer Weise übertragen. Ein Wellness-Botschafter kann seine Verantwortlichkeiten zwar delegieren, ist aber letztendlich für die Einhaltung des Vertrags und der anwendbaren Gesetze verantwortlich. Jede Person, die mit dem oder für den Wellness-Botschafter als Teil seiner Vertriebspartnerschaft arbeitet, darf dies ausschliesslich unter der direkten Aufsicht des Wellness-Botschafters tun.
- C. Nachfolge bei Vertriebspartnerschaft.** Wenn ein Wellness-Botschafter verstirbt oder arbeitsunfähig wird, geht seine Struktur an seinen Rechtsnachfolger gemäss geltendem Recht über. Rechtsnachfolger sollten das Unternehmen unverzüglich schriftlich von der Nachfolge in Kenntnis setzen und ihm die ordnungsgemässen Dokumente vorlegen.
- D. Betrieb der Vertriebspartnerschaft während der Rechtsnachfolge.** Während eine Scheidung oder die Auflösung einer juristischen Einheit hängig ist, müssen die Parteien eine der folgenden Methoden für den Betrieb anwenden:
1. Eine Partei kann, mit dem Einverständnis der anderen Partei(en), die Vertriebspartnerschaft auf der Basis einer schriftlichen Abtretung betreiben, wobei der abtretende Ehepartner oder abtretende Gesellschafter, Partner oder Treuhänder das Unternehmen ermächtigen, direkt und ausschliesslich mit dem anderen Ehepartner oder nicht abtretenden Gesellschafter, Partner oder Treuhänder zu arbeiten.
 2. Die Parteien können die Vertriebspartnerschaft weiterhin gemeinsam auf einer "Business-as-usual"-Basis betreiben. Sämtliche vom Unternehmen zu bezahlenden Vergütungen werden diesfalls auf die Namen der Wellness-Botschafter gemeinsam oder auf den Namen der zu teilenden Einheit bezahlt, worüber sich die Parteien unabhängig untereinander einigen können.

- E. Vertriebspartnerschaften sind unteilbar.** Die Struktur sich scheidender Ehepartner oder einer Geschäftseinheit, die aufgelöst wird, wird unter keinen Umständen geteilt. Ähnlich wird das Unternehmen unter keinen Umständen Bonusschecks zwischen sich scheidenden Ehepartnern oder Wellness-Botschaftern von Einheiten, die aufgelöst werden, aufteilen. Das Unternehmen anerkennt nur eine Struktur und stellt pro Vertriebspartnerschaft und Bonuszyklus nur einen Bonusscheck aus. Dabei werden die Schecks immer an dieselbe natürliche oder juristische Person ausgestellt. Falls die Parteien einer Scheidung oder eines Liquidationsverfahrens nicht in der Lage sind, einen Streit über die Verfügbarkeit von Boni und die Eigentumsverhältnisse am Geschäft zu lösen, kann das Unternehmen den Vertrag des Wellness-Botschafters kündigen.
- F. Gerichtsverfahren.** Wellness-Botschafter, die in ein Gerichtsverfahren über die Eigentumsverhältnisse oder Leitung einer Vertriebspartnerschaft involviert sind, sind verpflichtet, das Gericht darüber zu informieren, dass die Vertriebspartnerschaft unteilbar ist und dass das Unternehmen eine Struktur oder Bonuszahlungen nicht aufteilt. Die rechtskräftige Verfügung des Gerichts muss das Eigentum an der Vertriebspartnerschaft ausdrücklich zuordnen.
- G. Wartefrist für erneute Registrierung.** Wenn ein ehemaliger Ehepartner oder Wellness-Botschafter einer juristischen Einheit sämtliche Rechte an seiner ursprünglichen Vertriebspartnerschaft vollständig abgegeben hat, steht es ihm danach frei, sich unter einem beliebigen Sponsor nach eigener Wahl erneut zu registrieren, solange er die Anforderungen bezüglich Wartefrist gemäss Abschnitt 21.B.2 erfüllt. Allerdings hat der ehemalige Ehepartner oder Partner keinerlei Rechte gegenüber Wellness-Botschaftern seiner früheren Struktur oder früheren Kunden. Vielmehr muss er sein neues Geschäft in der gleichen Art und Weise aufbauen wie jeder andere neue Wellness-Botschafter auch.

ABSCHNITT 22: Sonstiges

A. Verzichtserklärung

Eine Verzichtserklärung von dōTERRA im Falle des Verstosses eines Wellness-Botschafters gegen eine Vertragsbestimmung muss schriftlich erfolgen und darf nicht als Verzichtserklärung bezüglich etwaiger späterer oder zusätzlicher Verstösse interpretiert werden. Wenn das Unternehmen eines seiner vertraglichen Rechte oder Vorrechte nicht ausübt, stellt dies keinen Verzicht auf dieses Recht oder Vorrecht dar.

B. Integrierter Vertrag

1. Der Vertrag stellt den endgültigen Ausdruck der Vereinbarung zwischen dem Unternehmen und einem Wellness-Botschafter bezüglich aller im Vertrag behandelten Angelegenheiten dar und ersetzt alle früheren und zeitgleichen (mündlichen und schriftlichen) Vereinbarungen zwischen den Parteien. Der Vertrag setzt alle früheren Aufzeichnungen, Memoranden, Darstellungen, Besprechungen und Beschreibungen bezüglich des Vertragsgegenstandes ausser Kraft. Der Vertrag darf weder verändert noch ergänzt werden, sofern darin nichts anderes vorgesehen ist. Der Existenz des Vertrages darf nicht mit Verweis auf irgendwelche angeblichen früheren oder zeitgleichen mündlichen oder schriftlichen Vereinbarungen widersprochen werden.
2. Sollten sich die Bestimmungen des Vertrages und mündliche Darstellungen eines Angestellten gegenüber einem Wellness-Botschafter widersprechen, gehen die ausdrücklichen schriftlichen Bestimmungen und Bedingungen dieses Vertrages vor.

- C. Streitbeilegung.** Im Falle von Streitigkeiten, Forderungen, Fragen oder Uneinigkeit, die sich aus oder im Zusammenhang mit dem Vertrag oder einem Verstoß gegen den Vertrag ergeben, einschliesslich Fragen zu seiner Existenz, Gültigkeit oder Kündigung, bemühen sich die Parteien nach Kräften, die Streitigkeit, Forderung, Frage oder Uneinigkeit beizulegen. Zu diesem Zweck beraten und verhandeln sie nach Treu und Glauben miteinander und versuchen, unter Anerkennung ihrer gegenseitigen Interessen eine angemessene und gerechte Lösung zu finden, die für beide Parteien befriedigend ist. Wenn sie eine solche Lösung nicht innerhalb von 60 Tagen finden, werden sämtliche Streitigkeiten, Ansprüche, Fragen oder Uneinigheiten durch ein Schiedsverfahren gemäss der Schweizerischen Internationalen Schiedsordnung der Schweizerischen Handelskammern ("Schweizerische Schiedsordnung"), die zum Zeitpunkt der Einreichung der Notice of Arbitration gemäss der Schweizerischen Schiedsordnung in Kraft ist und welche

durch diese Bezugnahme Bestandteil dieser Bestimmung wird, entschieden. Die Anzahl der Schiedsrichter beträgt drei. Der Ort des Schiedsverfahrens ist Zürich, Schweiz, und die Sprache, die im Schiedsverfahren verwendet werden soll, ist Deutsch. Diese Schiedsvereinbarung überdauert eine Kündigung oder den Ablauf des Vertrages. Die Parteien schliessen die Anwendbarkeit des dringlichen Rechtsschutzes (Artikel 43 Schweizerische Schiedsordnung, Version Juni 2012) aus. Ungeachtet dieser Schiedsbestimmung hindert nichts in diesem Vertrag die Parteien daran, sich an ein beliebiges zuständiges Gericht zu wenden und von ihm einen Pfändungsbefehl, eine einstweilige Unterlassungs- oder sonstige einstweilige Verfügung, permanente Verfügung oder ein anderes verfügbares Rechtsmittel zu erhalten, um die Interessen der Partei vor, während oder nach der Einleitung eines Schieds- oder anderen Verfahrens oder wenn ein Entscheid oder Urteil im Zusammenhang mit einem Schieds- oder anderen Verfahren noch aussteht, zu wahren und zu schützen.

- D. Gerichtsverfahren und Ansprüche.** Um dōTERRA, seine Vermögenswerte und seinen Ruf vor Ansprüchen oder Streitigkeiten zu schützen, welche von außenstehenden Dritten (nicht von Wellness-Botschaftern) herbeigeführt wurden, verlangt das Unternehmen, dass der betroffene Wellness-Botschafter das Unternehmen unverzüglich informiert, wenn er der Verletzung von Eigentumsrechten aussenstehender Dritter (die keine Wellness-Botschafter sind), die sich aus einem Vermögenswert des Unternehmens ergibt, beschuldigt wird oder wenn gegen ihn im Zusammenhang mit seinem Geschäftsgebaren eine Forderung erhoben oder ein Verfahren oder eine andere Massnahme eingeleitet wird, die das Unternehmen direkt oder indirekt negativ betrifft oder das Unternehmen, seinen Ruf oder irgendwelche seiner materiellen oder immateriellen Vermögenswerte einem Risiko aussetzt. Das Unternehmen kann auf eigene Kosten und nach angemessener Ankündigung jegliche Schritte einleiten, die es als notwendig erachtet (einschliesslich, aber nicht beschränkt auf die Kontrolle jeglicher Rechtsstreitigkeiten oder damit verbundener Vergleichsverhandlungen), um sich, seinen Ruf und sein materielles und immaterielles Eigentum zu schützen. Der Wellness-Botschafter selbst unternimmt ohne die Zustimmung des Unternehmens keinerlei Schritte im Zusammenhang mit der Forderung oder dem Verfahren, wobei das Unternehmen seine Zustimmung nicht unangemessen verweigert.
- E. Anwendbares Recht.** Auf den Vertrag ist materielles Schweizer Recht anwendbar unter Ausschluss der Kollisionsregeln und internationaler Übereinkommen, einschliesslich des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf vom 11. April 1980.
- F. Verjährung.** Wellness-Botschafter sind damit einverstanden, dass, ungeachtet etwaiger gegenteiliger Verjährungsfristen, jegliche Forderung oder Massnahme eines Wellness-Botschafters gegen dōTERRA wegen angeblicher Handlungen oder Unterlassungen im Zusammenhang mit dem Vertrag innerhalb eines (1) Jahres ab Datum der angeblichen Handlung oder Unterlassung, die den Grund dieser Forderung oder Massnahme bildet, geltend gemacht werden muss. Wird eine Massnahme nicht innerhalb des erlaubten Zeitraums eingeleitet, stellt dies eine Sperre gegen jegliche Forderungen gegenüber dōTERRA aus solcher Handlung oder Unterlassung dar. Der Wellness-Botschafter verzichtet auf jegliche Forderungen oder Rechte, wonach eine andere Verjährungsfrist anwendbar wäre.
- G. Salvatorische Klausel.** Ist eine Bestimmung dieses Vertrages in einer Gerichtsbarkeit verboten, gerichtlich für ungültig erklärt oder auf andere Weise undurchsetzbar geworden, ist sie nur im Ausmass des Verbots, der Ungültigerklärung oder Undurchsetzbarkeit unwirksam, und zwar nur in der fraglichen Gerichtsbarkeit. Eine verbotene, gerichtlich für ungültig erklärte oder undurchsetzbare Bestimmung des Vertrages führt nicht zu einer Ungültigerklärung oder Undurchsetzbarkeit anderer Bestimmungen des Vertrags. Auch wird die fragliche Bestimmung des Vertrages dadurch nicht automatisch in anderen Gerichtsbarkeiten ungültig oder undurchsetzbar.
- H. Höhere Gewalt.** Die Vertragsparteien sind nicht verantwortlich für Versäumnisse oder Verzögerungen bei der Erfüllung ihrer Verpflichtungen unter diesem Vertrag infolge höherer Gewalt, Überschwemmung, Feuer, Krieg oder staatsfeindlicher Umtriebe.
- I. Überschriften.** Die Überschriften in diesem Vertrag dienen ausschliesslich einer leichteren Orientierung und beschränken oder beeinflussen die Bedingungen und Bestimmungen des Vertrages nicht.
- J. Mitteilungen.** Vorbehaltlich anderer Bestimmungen in diesem Vertrag, müssen Mitteilungen oder andere Kommunikationen, welche gemäß diesem Vertrag erforderlich oder erlaubt sind,

schriftlich erfolgen und persönlich übergeben, per Fax übermittelt oder frankiert per A-Post, Einschreiben oder Express versandt werden. Vorbehaltlich anderer Bestimmungen in diesem Vertrag, gelten Mitteilungen als zugestellt, wenn sie persönlich übergeben werden oder – falls sie per Fax übermittelt werden – einen Tag nach dem Datum des Faxversands oder wenn sie per E-Mail an die hinterlegte E-Mail-Adresse des Wellness-Botschafters geschickt werden oder – falls sie per Post verschickt werden – sieben Tage nach dem Datum des Versands an die Adresse des Hauptsitzes des Unternehmens bzw. an die Adresse des Wellness-Botschafters gemäss Wellness-Botschaftervertrag, es sei denn, das Unternehmen hat eine Adressänderung erhalten. Das Unternehmen ist berechtigt, als alternative Mitteilungsmethode gemäß diesem Abschnitt Mailings, Unternehmenswebseiten oder andere übliche Kanäle für die Kommunikation mit Wellness-Botschaftern zu nutzen.