

MÖDERE™

RICHTLINIEN UND
VERFAHREN

Gültig ab: 5. April 2022

| | |
|---|----|
| GESCHÄFTSETHIK | 5 |
| ABSCHNITT 1: UNTERNEHMENSLEITBILD | 5 |
| ABSCHNITT 2: EINFÜHRUNG | 5 |
| 2.1 RICHTLINIEN UND VERGÜTUNGSPLAN ALS BESTANDTEIL DER SOCIAL MARKETER-VEREINBARUNG | 5 |
| 2.2 ZWECK DER RICHTLINIEN | 6 |
| 2.3 ÄNDERUNGEN DER VEREINBARUNG | 6 |
| 2.4 VERZÖGERUNGEN | 6 |
| 2.5 SALVATORISCHE KLAUSEL | 7 |
| 2.6 VERZICHTSERKLÄRUNG | 7 |
| 2.7 ABTRETUNG | 7 |
| ABSCHNITT 3: SOCIAL MARKETER WERDEN | 7 |
| 3.1 ANFORDERUNGEN, UM SOCIAL MARKETER ZU WERDEN | 7 |
| 3.2 KEIN PRODUKTKAUF ERFORDERLICH | 8 |
| 3.3 ONLINE-ANTRAG FÜR NEUE SOCIAL MARKETER | 8 |
| 3.4 LEISTUNGEN FÜR SOCIAL MARKETER | 8 |
| 3.5 MODERE-KUNDEN | 9 |
| 3.6 ZUSTIMMUNG ZUR DATENERHEBUNG, -VERARBEITUNG, -SPEICHERUNG UND -NUTZUNG | 9 |
| ABSCHNITT 4: BETRIEB EINES MODERE-GESCHÄFTES | 10 |
| 4.1 EINHALTUNG DES MODERE-VERGÜTUNGSPLANS | 10 |
| 4.2 MINDERJÄHRIGE | 10 |
| 4.3 EIN MODERE-KONTO PRO SOCIAL MARKETER | 10 |
| 4.4 UNABHÄNGIGER VERTRAGSNEHMERSTATUS | 11 |
| 4.5 GESCHÄFTSEINHEITEN | 11 |
| 4.6 BESITZERWECHSEL EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS | 12 |
| 4.7 VERKAUF, ÜBERTRAGUNG ODER ABTRETUNG EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS | 12 |
| 4.8 ABTRENNUNG EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS | 15 |
| 4.9 ERBFOLGE | 16 |
| 4.10 ÜBERTRAGUNG AUFGRUND VON GESCHÄFTSUNFÄHIGKEIT EINES SOCIAL MARKETERS | 16 |
| 4.11 ÄNDERUNG DER VERTRIEBSORGANISATION | 16 |
| 4.12 ANMELDUNG | 17 |
| 4.13 CROSS-SPONSORING | 17 |
| 4.14 INTERESSENKONFLIKTE | 18 |
| 4.15 VERBOT VON BONUSKÄUFEN | 19 |
| 4.16 STACKING | 20 |
| 4.17 DARLEHEN UND PROVISIONSVORSCHÜSSE | 20 |
| 4.18 ÜBERHÖHTE LAGERBESTANDSKÄUFE SIND UNTERSAGT | 20 |
| 4.19 UMVERPACKEN UND UMETIKETTIEREN SIND UNTERSAGT | 20 |
| 4.20 ZURÜCKHALTEN VON ANTRÄGEN ODER BESTELLUNGEN | 20 |
| 4.21 SELBSTFAKTURIERUNG: ANNAHME UND RECHTLICHER RAHMEN | 20 |
| 4.22 EINKOMMENSSTEUERN | 21 |
| 4.23 VERSICHERUNG | 21 |

| | |
|---|----|
| 4.24 WERBUNG | 21 |
| 4.25 TELEMARKETING-TECHNIKEN | 25 |
| 4.26 KOMMERZIELLE EINZELHANDELSGESCHÄFTE | 25 |
| 4.27 MESSEN, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERKAUFSFOREN | 25 |
| 4.28 STAATLICHE GENEHMIGUNG ODER UNTERSTÜTZUNG | 26 |
| 4.29 DIREKTVERKAUFSVERBÄNDE | 26 |
| 4.30 EINHALTUNG DER GESETZE UND RECHTSVERORDNUNGEN | 26 |
| 4.31 NICHT AUTORISIERTE AUSSAGEN UND HANDLUNGEN | 27 |
| 4.32 MODERE-VERANSTALTUNGEN | 27 |
| 4.33 VON SOCIAL MARKETERN ORGANISIERTE VERANSTALTUNGEN | 27 |
| ABSCHNITT 5: VERANTWORTUNG VON SOCIAL MARKETERN | 28 |
| 5.1 ÄNDERUNG VON PERSONENBEZOGENEN DATEN | 28 |
| 5.2 JÄHRLICHE SOCIAL MARKETER-GEBÜHR | 28 |
| 5.3 VERPFLICHTUNG ZUR WEITERENTWICKLUNG | 28 |
| 5.4 VERUNGLIMPFUNGSVERBOT | 29 |
| 5.5 SCHÄDIGENDES VERHALTEN | 29 |
| 5.6 DATENSCHUTZ UND VERBRAUCHERDATEN | 29 |
| 5.7 MELDUNG VON RICHTLINIENVERSTÖSSEN | 30 |
| ABSCHNITT 6: PROVISIONEN UND BONI | 30 |
| 6.1 PROVISIONS- UND BONUSQUALIFIZIERUNG | 30 |
| 6.2 ANPASSUNG DER PROVISIONEN UND BONI | 31 |
| 6.3 VERTRIEBSORGANISATIONSBERICHTE | 31 |
| 6.4 NACHFORSCHUNGSGEBÜHREN | 32 |
| 6.5 BERICHTE | 32 |
| 6.6 FEHLER UND FRAGEN | 32 |
| ABSCHNITT 7: UMSATZANFORDERUNGEN | 33 |
| 7.1 PRODUKTVERKAUF | 33 |
| 7.2 KEINE PREISBESCHRÄNKUNGEN | 33 |
| 7.3 VERKAUFSQUITTUNGEN | 33 |
| ABSCHNITT 8: BESTELLUNGEN | 34 |
| 8.1 KUNDEN, DIE MODERE-PRODUKTE KAUFEN | 34 |
| 8.2 SOCIAL MARKETER, DIE MODERE-PRODUKTE KAUFEN | 34 |
| 8.3 ALLGEMEINE BESTELLRICHTLINIEN | 34 |
| ABSCHNITT 9: PRODUKTGARANTIE, VERBRAUCHERSCHUTZRECHTE, RÜCKGABERECHT UND RÜCKKAUF VON LAGERBESTÄNDEN | 34 |
| 9.1 PRODUKTGARANTIE UND VERBRAUCHERSCHUTZRECHTE | 34 |
| 9.2 RÜCKGABE VON LAGERBESTAND UND VERKAUFSHILFEN DURCH SOCIAL MARKETER NACH BEENDIGUNG DER VEREINBARUNG | 35 |
| 9.3 VERFAHREN FÜR ALLE RÜCKGABEN AN MODERE | 36 |
| ABSCHNITT 10: BEZAHLUNG UND VERSAND | 36 |
| 10.1 UMSATZSTEUER | 36 |
| 10.2 UNZUREICHENDER KONTOSTAND | 36 |
| 10.3 TRANSAKTIONEN BEI UNZUREICHENDEM KONTOSTAND | 37 |
| 10.4 EINSCHRÄNKUNGEN DES GEBRAUCHS VON KREDITKARTEN DRITTER UND DES BANKKONTOZUGANGS | 37 |

| | |
|--|----|
| ABSCHNITT 11: INAKTIVITÄT UND BEENDIGUNG..... | 37 |
| 11.1 BEENDIGUNG DURCH DEN SOCIAL MARKETER..... | 37 |
| 11.2 WIRKUNG DER BEENDIGUNG | 37 |
| 11.3 BEENDIGUNG AUFGRUND VON INAKTIVITÄT | 38 |
| 11.4 UNFREIWILLIGE BEENDIGUNG..... | 38 |
| ABSCHNITT 12: STREITSCHLICHTUNG UND DISZIPLINARVERFAHREN | 38 |
| 12.1 BESCHWERDEN UND REKLAMATIONEN | 38 |
| 12.2 MAßNAHMEN UND KONSEQUENZEN | 39 |
| 12.3 EINSPRUCH | 39 |
| 12.4 GELTENDES RECHT, RECHTSPRECHUNG UND GERICHTSSTAND | 39 |
| ABSCHNITT 13: DEFINITIONEN..... | 40 |

GESCHÄFTSETHIK

Das Unternehmen hat sich verpflichtet, seinen Social Marketern Spitzenqualitätsprodukte, einen herausragenden Support und einen erfolgreichen Vergütungsplan zu bieten. Ein Social Marketer hat die vorrangige Aufgabe, Kunden zu gewinnen, zu binden und zum Wachstum seiner Kunden beizutragen. Social Marketer können auch Teams aufbauen und Führungskräfte ausbilden, wenn sie andere Social Marketer werben. Da Social Marketer sich an Geschäftsaktivitäten beteiligen, sind sie verpflichtet, die Produkte und die Einkommenschancen auf ethisch verantwortliche und professionelle Weise zu repräsentieren.

Jeder einzelne Social Marketer verpflichtet sich, die folgenden ethischen Grundsätze in seinem Geschäftsverhalten einzuhalten:

Als Social Marketer:

1. Werde ich die Mission und die Werte von Modere im Rahmen meiner Beteiligung an Geschäftsaktivitäten respektieren.
2. Ich werde potenziellen Kunden und Social Marketern gegenüber offenlegen, wer ich bin, warum ich sie kontaktiert habe und wofür ich werbe.
3. Werde ich die Produkte auf ehrliche Weise repräsentieren und keine Produktaussagen machen, die nicht in offiziellen Veröffentlichungen des Unternehmens enthalten sind und von diesen gestützt werden.
4. Werde ich den Vergütungsplan korrekt und ordnungsgemäß darstellen und keine falschen oder irreführenden Aussagen über das darin dargelegte Ertragspotenzial machen.
5. Werde ich mich auf ethisch, moralisch, rechtlich und finanziell korrekte Weise verhalten und mein Geschäft entsprechend führen und mich nicht an betrügerischen oder illegalen Praktiken beteiligen.
6. Werde ich meine Führungsverantwortung durch die Schulung, Förderung und sonstige Unterstützung der Social Marketer in meiner Organisation wahrnehmen.
7. Werde ich die Enrolment Sponsor- (Anwerbungssponsor-) Beziehung jedes anderen Kunden oder Social Marketers respektieren, und ich werde weder versuchen, diese Beziehungen zu behindern oder zu beeinflussen noch herabsetzende oder unwahre Behauptungen über andere Social Marketer machen.
8. Werde ich keine herabsetzenden Kommentare über Produkte von Wettbewerbern an andere weiterleiten und keine beleidigenden, verleumderischen und abfälligen Aussagen über Wettbewerber oder andere Social Marketer verbreiten.
9. Werde ich mich nicht an Aktivitäten beteiligen, die das Unternehmen, andere Social Marketer oder mich selbst in Verruf bringen würden.
10. Werde ich alle Bedingungen und Bestimmungen der Vereinbarung einhalten.

ABSCHNITT 1: UNTERNEHMENSLEITBILD

Wir inspirieren Menschen, durch hoch leistungsfähige, sichere Produkte, bedeutsame Beziehungen und ansprechende Erlebnisse persönlichen Erfolg und Wohlergehen zu erzielen.

ABSCHNITT 2: EINFÜHRUNG

Im vorliegenden Dokument beziehen sich die Begriffe „Modere“ oder das „Unternehmen“ auf „Modere Europe BV“, ein Unternehmen nach belgischem Recht (Unternehmensnummer 0893292596).

2.1 RICHTLINIEN UND VERGÜTUNGSPLAN ALS BESTANDTEIL DER SOCIAL MARKETER-VEREINBARUNG

Die vorliegenden Richtlinien und Verfahren von Modere wurden in ihrer aktuellen und nach alleinigem Ermessen von Modere geänderten Fassung in die Modere Social Marketer-Vereinbarung aufgenommen und bilden einen integralen Bestandteil derselben. In diesen Richtlinien

umfasst der Begriff „Vereinbarung“ die Modere Social Marketer-Anmeldung und Vereinbarung, die vorliegenden Richtlinien und Verfahren, den Vergütungsplan von Modere und die Modere-Geschäftseinheitsanmeldung und -Vereinbarung (falls zutreffend). Diese Dokumente sind durch Verweisung Bestandteil der Social Marketer-Vereinbarung von Modere (jeweils in ihrer aktuellen Fassung mit den von Modere vorgenommen Änderungen). Es liegt in der Verantwortung jedes Modere Social Marketers, diese Richtlinien und Verfahren zu lesen, zu verstehen, einzuhalten und sicherzustellen, dass ihm oder ihr die jeweils aktuelle Fassung der Richtlinien und Verfahren vorliegt. Die aktuelle Fassung dieser Richtlinien und Verfahren findet sich auf der offiziellen Social Marketer-Website des Unternehmens, www.shiftingretail.eu/www.shiftingretail.co.uk („ShiftingRetail“) Modere Social Marketer müssen diese offizielle Website regelmäßig auf neue Inhalte, besondere Newsletter oder dringende Mitteilungen überprüfen.

2.1.1 RICHTLINIENÜBERPRÜFUNGSZEITRAUM

Das Versäumnis eines neuen Social Marketers, seine oder ihre Vereinbarung innerhalb eines Zeitraums von dreißig (30) Kalendertagen ab dem Datum der Bezahlung der Registrierungsgebühr zu stornieren, wird mit einer Annahme der Bedingungen und Bestimmungen der Vereinbarung mit Modere gleichgesetzt.

2.2 ZWECK DER RICHTLINIEN

Modere ist ein Direktverkaufsunternehmen, das Produkte und Dienstleistungen über unabhängige Social Marketer vermarktet. Es ist wichtig zu verstehen, dass ihr Erfolg und der Erfolg ihrer Social Marketer von der Integrität aller Damen und Herren abhängt, die Produkte und Dienstleistungen von Modere vermarkten. Modere hat diese Vereinbarung ausgearbeitet, um die Beziehung zwischen Social Marketer und Modere eindeutig zu definieren und ausdrücklich einen Standard für ein angemessenes Geschäftsverhalten zu setzen. Modere Social Marketer sind verpflichtet, alle in der Vereinbarung dargelegten Geschäftsbedingungen zu befolgen, die Modere nach eigenem Ermessen von Zeit zu Zeit in Übereinstimmung mit dem Abschnitt „[Änderungen der Vereinbarung](#)“ ändern kann. Modere Social Marketer müssen außerdem alle geltenden Gesetze einhalten, die ihre Modere-Geschäfte und ihr Verhalten betreffen. Diese Richtlinien und Verfahren erklären und regeln die Beziehung zwischen dem Social Marketer als selbständigem Vertragsnehmer und dem Unternehmen. Daher ist es sehr wichtig, dass Social Marketer die Vereinbarung lesen, verstehen und befolgen. Fragen zu den Richtlinien oder Regeln können an die Modere Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance (compliance@modere.eu) gerichtet werden.

2.3 ÄNDERUNGEN DER VEREINBARUNG

Da das geltende Recht sowie das Geschäftsumfeld regelmäßig Änderungen unterliegen, behält sich Modere das Recht vor, die Vereinbarung nach freiem und alleinigem Ermessen zu ändern, vorausgesetzt, die Social Marketer werden mindestens 30 Tage vorab von Modere benachrichtigt (bzw. 60 Tage vorab, sofern die Social Marketer finanziell von den Änderungen betroffen sind). Änderungen treten in Kraft, sobald wie oben beschrieben eine Benachrichtigung über die Änderung der Vereinbarung an alle Social Marketer ergangen ist. Benachrichtigungen über Änderungen werden in den offiziellen Modere-Unterlagen veröffentlicht. Das Unternehmen händigt allen Social Marketer eine vollständige Kopie der geänderten Bestimmungen aus oder macht ihnen diese auf einem der folgenden Wege zugänglich: (a) Veröffentlichung auf ShiftingRetail; (b) elektronische Benachrichtigung (E-Mail); (c) Einfügen in die regelmäßig erscheinenden Veröffentlichungen des Unternehmens; (d) Einfügen in Produktbestellungen oder (e) besondere Anschreiben. Mit der Unterzeichnung einer Social Marketer-Vereinbarung erklärt sich der Social Marketer damit einverstanden, alle Nachträge oder Änderungen von Modere als verbindlich anzuerkennen, vorausgesetzt, diese erfolgen wie oben beschrieben mit ausreichender Vorankündigung. Die Fortsetzung der Modere-Geschäfte durch einen Social Marketer oder die Annahme von Boni oder Provisionen durch einen Social Marketer gelten als Annahme aller Änderungen der Vereinbarung.

2.4 VERZÖGERUNGEN

Modere haftet nicht für Verzögerungen oder Versäumnisse bei der Erfüllung seiner Pflichten, wenn diese Erfüllung aufgrund von Umständen, die sich dem Einfluss von Modere entziehen, wirtschaftlich unzumutbar ist. Dazu zählen u. a. Streiks, Arbeitskämpfe, Aufstände, Krieg, Brand, Tod, Epidemien, Pandemien, Liefereinschränkungen von Zulieferfirmen einer Geschäftspartei oder Regierungserlasse oder -verfügungen.

2.5 SALVATORISCHE KLAUSEL

Wenn eine Bestimmung dieser Vereinbarung in ihrer aktuellen oder geänderten Fassung aus irgendeinem Grund als ungültig oder nicht durchsetzbar befunden wird, wird nur der ungültige Teil bzw. werden nur die ungültigen Teile der Bestimmung abgetrennt und die verbleibenden Bedingungen und Bestimmungen bleiben weiterhin wirksam und in Kraft, wobei diese so auszulegen sind, als sei die ungültige oder nicht durchsetzbare Bestimmung niemals Bestandteil der Vereinbarung gewesen.

2.6 VERZICHTSERKLÄRUNG

Das Unternehmen verzichtet unter keinen Umständen auf sein Recht, auf die Einhaltung der Vereinbarung und der für die Führung seiner Geschäfte geltenden Gesetze zu bestehen. Weder die Nichtausübung eines Rechts oder einer Befugnis im Rahmen der Vereinbarung durch Modere noch das Nichtbestehen auf strikte Einhaltung der Pflichten oder Bestimmungen der Vereinbarung durch einen Social Marketer noch die Gewohnheit oder Praxis der Parteien, abweichend von den Bedingungen der Vereinbarung zu handeln, stellen eine Verzichtserklärung durch Modere auf das Recht dar, die strikte Einhaltung der Vereinbarung zu verlangen. Verzichtserklärungen durch Modere erlangen ausschließlich in schriftlicher Form durch einen bevollmächtigten Vertreter des Unternehmens Rechtswirksamkeit. Eine Verzichtserklärung von Modere im Fall einer bestimmten Vertragsverletzung durch einen Social Marketer berührt oder beeinträchtigt nicht die Rechte von Modere im Hinblick auf etwaige Folgeverletzungen und auch nicht in irgendeiner Weise die Rechte oder Pflichten eines anderen Social Marketers. Ebenso wenig berührt oder beeinträchtigt die verzögerte oder nicht erfolgte Ausübung eines Rechts im Fall einer Vertragsverletzung die Rechte von Modere hinsichtlich dieser oder einer späteren Vertragsverletzung. Das Vorliegen einer Forderung oder eines Klagegrunds eines Social Marketers gegen Modere stellt keine Verteidigung gegen die Durchsetzung einer Bedingung oder Bestimmung der Vereinbarung durch Modere dar.

2.7 ABTRETUNG

Der Social Marketer erklärt sich damit einverstanden, dass das Unternehmen die Vereinbarung gänzlich oder teilweise nach eigenem Ermessen an ein verbundenes Unternehmen, eine Tochtergesellschaft, eine Muttergesellschaft oder ein anderes Unternehmen abtreten kann. Ein Social Marketer darf ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von Modere keine Rechte oder Pflichten im Rahmen dieser Vereinbarung abtreten. Jeder Versuch, diese Vereinbarung ohne die ausdrückliche Zustimmung von Modere zu übertragen oder abzutreten, hat zur Folge, dass die Vereinbarung von Modere für nichtig erklärt werden und zur Beendigung der Geschäftsaktivitäten führen kann.

ABSCHNITT 3: SOCIAL MARKETER WERDEN

3.1 ANFORDERUNGEN, UM SOCIAL MARKETER ZU WERDEN

Um Social Marketer bei Modere zu werden, muss der Bewerber folgende Anforderungen erfüllen:

- Er muss volljährig und in seinem Wohnland geschäftsfähig sein (in der Regel ab achtzehn Jahren) oder als Unternehmen in einem der Länder eingetragen sein, in denen Modere tätig ist; das Unternehmen muss ordnungsgemäß gegründet oder in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden Gesetzen eingetragen sein.
- Er muss in einem der Länder wohnen, die von Modere unterstützt werden und in dem der Antragsteller gesetzlich berechtigt ist, unabhängige Modere Social Marketer-Aktivitäten durchzuführen oder ein unabhängiges Modere Social Marketer-Geschäft zu führen.
- Er muss eine gültige Sozialversicherungsnummer, eine gültige Steueridentifikationsnummer oder eine andere offizielle Kennnummer haben, die einmalig ist und den Social Marketer identifiziert.
- Er muss eine gültige E-Mail-Adresse haben, die für den Social Marketer einmalig ist und für Mitteilungen im Zusammenhang mit der Vereinbarung von Modere zur Verfügung steht und von dem betreffenden Social Marketer für jede Form der E-Mail-Kommunikation mit Modere genutzt werden kann.

- Es muss ein/e ordnungsgemäß ausgefüllte/r Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung bzw. ein Antrag und eine Vereinbarung für Geschäftseinheiten bei Modere eingereicht werden. Der Antrag und die Vereinbarung dürfen nicht von einem Dritten im Auftrag einer anderen Person eingereicht werden.
- Er muss die von Modere geforderten Unterlagen innerhalb von 7 Tagen nach Abgabe des/der Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung nachreichen. Wenn die Unterlagen nicht innerhalb von 31 Tagen nach der Registrierung eingegangen sind, behält sich Modere das Recht vor, das Konto aufzulösen. Nach der Kündigung des Kontos des Social Marketers verliert der Social Marketer alle Ansprüche, Rechte und Anteile an der Vertriebsorganisation des Social Marketers. Wenn der Bewerber erneut einen Antrag stellen möchte, kann er oder sie dies unmittelbar tun, solange es sich beim Enrolment Sponsor um die gleiche Person handelt, die ihn oder sie bereits zuvor gesponsert hat.

Das Unternehmen behält sich das Recht vor, den Antrag für eine neue Social Marketer-Vereinbarung oder eine Fortsetzung einer bestehenden Vereinbarung nach eigenem Ermessen zurückzuweisen oder zu verweigern, wobei die Entscheidung auf hinreichenden Gründen beruhen muss und nicht diskriminierend sein darf.

3.1.1 FRANKREICH

Zusätzlich zu den oben dargelegten Anforderungen erfordern die französischen Vorschriften, dass Modere alle Social Marketer in Frankreich verpflichtet, einen Nachweis über die Registrierung ihrer Geschäftsaktivitäten und die Einhaltung der Steuer- und Sozialversicherungsgesetze Frankreichs vorzulegen. VDI Mandataire Social Marketer müssen bei der Registrierung ihre Sozialversicherungsnummer angeben und eine Kopie des Dokuments, in dem diese Nummer bestätigt wird („carte vitale“) sowie eine Kopie ihrer gültigen französischen Ausweiskarte oder ihrer gültigen französischen Aufenthaltserlaubnis vorlegen.

3.2 KEIN PRODUKTKAUF ERFORDERLICH

Modere Social Marketer-Antragsteller müssen keine Modere-Produkte oder -Dienstleistungen erwerben, um Modere Social Marketer zu werden. Der Modere Social Marketer-Antragsteller muss jedoch eine Registrierungsgebühr bezahlen. Modere kauft zum Wiederverkauf geeignete Lagerbestands- und Verkaufshilfen von Social Marketer zurück, die ihre Social Marketer-Tätigkeit beenden, wie in den Bedingungen in Abschnitt [„Rückgabe von Lagerbestand und Verkaufshilfen durch Social Marketer“](#) dargelegt.

3.2.1 FRANKREICH

Social Marketer, die in Frankreich ansässig sind, müssen eine Anmeldegebühr zahlen, wenn sie Modere beitreten. Die aktuelle Gebührenliste ist auf der Website ShiftingRetail veröffentlicht.

3.3 ONLINE-ANTRAG FÜR NEUE SOCIAL MARKETER

Social Marketer können sich auf einfache Weise online über die offizielle Website des Unternehmens, ShiftingRetail, oder auf den von Modere gesponserten Social Marketer-Websites anmelden. Die Online-Annahme der Vereinbarung hat dieselbe Rechtswirkung wie eine physisch vom Bewerber unterzeichnete Vereinbarung.

3.4 LEISTUNGEN FÜR SOCIAL MARKETER

Nach der Annahme eines/einer Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung von Modere kommt der neue Social Marketer in den Genuss der Leistungen des Vergütungsplans und der Social Marketer-Vereinbarung. Diese Leistungen beinhalten das Recht auf Folgendes:

- Erwerb von Modere-Produkten und Dienstleistungen;
- Entwicklung eines Kundenstamms und Gewinnerzielung durch Verkäufe gemäß den jeweils geltenden Gesetzen;
- Beteiligung am Modere-Vergütungsplan (gegebenenfalls Erhalt von Boni und Provisionen);
- Sponsern anderer Personen als Social Marketer im Modere-Geschäft und damit Aufbau einer Vertriebsorganisation für den Verkauf sowie Aufstieg im Rahmen des Vergütungsplans von Modere;

- Erhalt regelmäßiger Modere-Prospekte und sonstiger Modere-Mitteilungen;
- Beteiligung an von Modere ausgerichteten Unterstützungs-, Service-, Schulungs- sowie Motivations- und Anerkennungsveranstaltungen, gegebenenfalls gegen Zahlung angemessener Gebühren; und
- Beteiligung an Werbe- und Anreizwettbewerben und -Programmen, die Modere für seine Social Marketer ausrichtet.

3.4.1 FRANKREICH

Modere-VDI dürfen nur Modere-Produkte für den Eigenbedarf und den eigenen Konsum erwerben. Sie werben aktiv für Modere-Produkte, es ist ihnen jedoch untersagt, Modere-Produkte weiterzuverkaufen.

3.5 MODERE-KUNDEN

Eine Person kann sich über die von Modere betriebenen Websites oder per Telefon als Modere-Kunde anmelden und somit das Recht auf den Erwerb von Modere-Produkten erlangen, ist dadurch jedoch nicht berechtigt, am Modere-Vergütungsplan teilzunehmen. Nachdem sich ein Kunde bei Modere angemeldet hat, wird sein Kundenkonto mit dem Social Marketer oder Kunden verknüpft, von dem er angeworben wurde, und wird so Mitglied des Kundenstammes des ersten Upline Social Marketers.

Kunden können ohne Wartezeiten Social Marketer werden. Wenn ein Kunde in der Organisation seines ursprünglichen Sponsors zum Social Marketer wird, werden die zuvor von diesem Kunden empfohlenen Kunden vom Kundenstamm des erstangigen Upline Social Marketers verschoben und in den Kundenstamm des neu angemeldeten Social Marketers übertragen. Kunden, die früher bereits Social Marketer waren, müssen mindestens sechs (6) Monate inaktiv bleiben, bevor sie eine/n neue/n Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung unter einem anderen Sponsor einreichen können.

3.6 ZUSTIMMUNG ZUR DATENERHEBUNG, -VERARBEITUNG, -SPEICHERUNG UND -NUTZUNG

Social Marketer erklären sich damit einverstanden, dass die im Rahmen dieser Vereinbarung erhobenen personenbezogenen Daten von Modere für die Verwaltung des Vertriebsnetzwerks, die Auftragsbearbeitung und die allgemeinen Verwaltungs-, Marketing-, Statistik- und Geschäftsführungszwecke benötigt und genutzt werden. Die Daten werden von verschiedenen Unternehmen innerhalb der Modere-Unternehmensgruppe verwendet, beispielsweise von Vertretern und Dritten, die am Betrieb des Verkaufs- und Vertriebsnetzwerks beteiligt sind. Die Social Marketer erklären sich damit einverstanden, dass die Daten an Dritte übertragen und auch außerhalb der Europäischen Union (EU) zum Zwecke der Verarbeitung durch Modere genutzt werden können. Einige dieser Länder außerhalb der EU verfügen nicht über eigene Datenschutzgesetze zum Schutz dieser Informationen. Sie können gemäß den Bestimmungen dieser Vereinbarung auch an andere Modere Social Marketer weitergeleitet werden. Darüber hinaus werden die personenbezogenen Daten von Social Marketer zur Berechnung der Provision und zur Bereitstellung von Informationen an die zuständigen Behörden verwendet, wenn dies gesetzlich erforderlich ist. Personenbezogene Daten werden nicht für kommerzielle Zwecke übermittelt, die Modere fremd sind, sie können jedoch an Dritte übertragen werden, die in einem Land außerhalb der EU im Auftrag von Modere Leistungen erbringen. Die Übertragung personenbezogener Daten durch Modere außerhalb des EWR ist den Rahmenbestimmungen der Europäischen Kommission gemäß zulässig. Social Marketer haben das Recht, auf ihre eigenen Daten zuzugreifen und diese zu korrigieren. Auf der Grundlage geltender Gesetze haben Social Marketer außerdem Anspruch auf die Übertragung von Daten und das Recht, ihre personenbezogenen Daten zu löschen. Um das Recht auf Löschung, Einschränkung der Verarbeitung oder den Widerspruch gegen die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten auszuüben, müssen Social Marketer zunächst ihre Vereinbarung kündigen, wie im Abschnitt [„Beendigung durch den Social Marketer“](#) vorgesehen. Personenbezogene Daten, die für die Zwecke, für die sie erhoben wurden, nicht mehr benötigt werden und von Modere nicht aufbewahrt werden müssen, um rechtliche und steuerliche Verpflichtungen zu erfüllen, werden einen Monat nach der Kündigung der Vereinbarung mit Modere gelöscht. Personenbezogene Daten, die Modere benötigt, um seine rechtlichen und steuerlichen Verpflichtungen zu erfüllen, werden so lange aufbewahrt, wie dies in Übereinstimmung mit diesen Verpflichtungen erforderlich ist. Zur Einhaltung der belgischen Steuerpflichten werden die folgenden personenbezogenen Daten über Social Marketer für die Dauer von sieben Geschäftsjahren von Modere aufbewahrt: Vor- und Nachname der Personen oder Name der Geschäftseinheit, das Heimatland, die innergemeinschaftliche Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, die Auftragshistorie und die Länder, an die

Social Marketer Bestellungen versandt haben. Personenbezogene Daten, die sich auf die Vereinbarung mit Modere beziehen, werden für die Dauer von zehn Jahren nach Beendigung der Vereinbarung aufbewahrt. Dazu gehören: Belege für die Annahme der Modere-Vereinbarung und der Vereinbarung zum Offenlegungs- und Abwerbeverbot, für die Beendigung der Vereinbarung, Nachweise über die Rechtmäßigkeit der geschäftlichen Aktivität (wie z. B. Nachweise für die Eintragung der Geschäftstätigkeit oder der geschäftlichen Aktivität), Belege aller Art, die den Social Marketer als legitime natürliche oder juristische Person zum Zeitpunkt der Vereinbarung ausweisen, wobei die Kontaktdaten des Social Marketers für die Dauer von 12 Monaten über die Kündigung der Vereinbarung hinaus aufbewahrt werden. Zu den Kontaktdaten zählen: Anrede, Vor- und Nachname, die Rechnungs-/Wohnanschrift, die bevorzugte Sprache und die E-Mail-Adresse. Um ihre Rechte durchzusetzen, können Social Marketer sich an Modere unter der E-Mail-Adresse privacy@modere.eu oder der aktuellen Adresse wenden, wie auf der offiziellen Unternehmenswebsite www.modere.eu/www.modere.co.uk („Modere-Website“) angegeben. Um die Identifikation des Antragstellers zu ermöglichen, ist eine lesbare Kopie des gültigen Ausweises des Social Marketers (Vorder- und Rückseite) oder eine Kopie des gültigen Reisepasses mit den zum Modere-Konto passenden personenbezogenen Daten zusammen mit dem Antrag einzureichen. Social Marketer haben das Recht, sich an die unabhängige öffentliche Datenschutzbehörde in ihrem Wohnsitzland zu wenden, wenn es im Hinblick auf die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten durch Modere zu Streitigkeiten kommt. Sie haben zudem das Recht, die Beantwortung von Fragen zu verweigern. Wenn die Antworten auf diese Fragen allerdings zwingend erforderlich sind, diese vom Social Marketer jedoch verweigert werden, kann Modere die Anfrage unter Umständen nicht abwickeln. Mit der Annahme dieser Vereinbarung stimmen die Social Marketer der Verarbeitung, Speicherung und Verwendung ihrer Daten gemäß diesem Vertrag zu. Mit der Annahme der Vereinbarung durch die Social Marketer akzeptieren diese zugleich die Modere Datenschutzerklärung auf die Modere-Website oder ShiftingRetail.

ABSCHNITT 4: BETRIEB EINES MODERE-GESCHÄFTES

4.1 EINHALTUNG DES MODERE-VERGÜTUNGSPLANS

Social Marketer müssen die Bedingungen des Modere-Vergütungsplans erfüllen, wie in den offiziellen Modere-Richtlinien dargelegt. Social Marketer dürfen die Modere-Geschäftsmöglichkeit nicht über oder in Verbindung mit einem anderen System, Programm oder einer anderen Marketingmethode anbieten als der, die speziell in offiziellen Modere-Richtlinien beschrieben ist. Social Marketer dürfen andere gegenwärtige oder potenzielle Modere-Kunden oder Social Marketer nicht zwingen oder auffordern, sich in einer Weise an Modere zu beteiligen, die sich von dem in den offiziellen Modere-Richtlinien beschriebenen Programm unterscheidet. Social Marketer dürfen andere gegenwärtige oder potenzielle Modere-Kunden oder Social Marketer nicht zwingen oder auffordern, andere als offizielle Modere-Vereinbarungen und -Verträge zu unterzeichnen, um Modere-Social Marketer zu werden. In ähnlicher Weise dürfen Social Marketer andere gegenwärtige oder potenzielle Modere-Kunden oder Social Marketer nicht zwingen oder auffordern, einen Kauf von einer oder eine Zahlung an eine andere Person oder ein anderes Unternehmen zu tätigen, um sich am Modere-Vergütungsplan zu beteiligen, als jene Käufe oder Zahlungen, die in den offiziellen Modere-Richtlinien als empfohlen oder erforderlich bezeichnet werden.

4.2 MINDERJÄHRIGE

Social Marketer dürfen keine Minderjährigen (in der Regel Personen unter 18 Jahren) im jeweiligen Staat des Bewerbers anwerben oder sponsern.

4.3 EIN MODERE-KONTO PRO SOCIAL MARKETER

Modere Social Marketer dürfen nur ein Modere Social Marketer-Konto besitzen, betreiben oder eine nutzbringende Beteiligung daran besitzen. Ein Kundenkonto oder weiteres Social Marketer-Konto ist ausgeschlossen. Social Marketer dürfen keine Geschäftseinheiten, Treuhandunternehmen oder andere Instrumente nutzen, um diese Richtlinie zu umgehen. Ehegatten (einschließlich zivilrechtlicher Lebenspartner) können zusammen ein gemeinsames Social Marketer-Konto halten, das nach lokalem Recht zulässig ist. Eine Ausnahme von dieser Richtlinie kann im Einzelfall in Betracht gezogen werden, wenn zwei Social Marketer heiraten oder wenn ein Social Marketer einen Anteil an einem anderen Social Marketer-Konto von einem direkten Familienmitglied erbt. Ausnahmeanträge im Rahmen dieser Richtlinie müssen schriftlich bei der Modere Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance (compliance@modere.eu) eingereicht werden. Darüber

hinaus gelten in Fällen, in denen Ausnahmen genehmigt wurden, für beide Social Marketer-Konten alle sonstigen Bedingungen für nutzbringende Beteiligungen.

Der Ehepartner (oder zivilrechtliche Lebenspartner) eines Modere Social Marketers darf sich nicht als Modere-Kunde anmelden.

4.3.1 IM GEMEINSAMEN HAUSHALT LEBENDE KINDER

Das Kind eines Social Marketers, das erwachsen (d. h. in der Regel mindestens 18 Jahre alt) ist und im gemeinsamen Haushalt mit dem Social Marketer lebt, kann unabhängig von seinen Eltern ein eigenes Modere Social Marketer-Konto halten. Allerdings muss es sich bei dem Social Marketer-Konto, das von einem Kind gehalten und von diesem geführt wird, um ein in gutem Glauben geführtes Social Marketer-Konto handeln, das getrennt und gesondert vom Social Marketer-Konto der Eltern geführt wird, wobei damit keine nutzbringende Beteiligung am Social Marketer-Geschäft der Eltern verbunden sein darf. Das Kind eines Social Marketers muss nicht notwendigerweise von seinen Social Marketer-Eltern gesponsert werden und muss auch nicht in derselben Sponsorenlinie wie seine Social Marketer-Eltern stehen.

4.3.2 HANDLUNGEN VON MITGLIEDERN DES HAUSHALTS ODER VERBUNDENEN PERSONEN

Wenn ein Halter mit einer nutzbringenden Beteiligung an einem Social Marketer-Konto eine Handlung vornimmt, die, wenn sie vom Social Marketer selbst vorgenommen würde, mit einer Verletzung einer Bestimmung dieser Vereinbarung verbunden wäre, gilt diese Handlung als eine Vertragsverletzung durch den Social Marketer, und Modere kann laut Vereinbarung Disziplinarmaßnahmen gegen den Social Marketer einleiten. Ebenso gilt: Wenn eine Einzelperson, die in irgendeiner Weise mit der Gesellschaft, der Partnerschaft, der Treuhandgesellschaft oder mit einem anderen Unternehmen eines Social Marketers verbunden ist (eine „verbundene Person“), die Vereinbarung verletzt, gelten derartige Handlungen als Vertragsverletzung dieses Unternehmens und Modere kann gegen dieses Unternehmen Disziplinarmaßnahmen einleiten.

4.3.3 FRANKREICH

Die Social Marketer-Konten von VDI Mandataire und Mikrounternehmern sind aufgrund der Gesetzgebung individuelle Konten und können nicht gemeinsam gehalten werden.

4.4 UNABHÄNGIGER VERTRAGSNEHMERSTATUS

Social Marketer sind unabhängige Vertragsnehmer und erwerben keine Franchise- oder Geschäftslizenz. Die Vereinbarung zwischen Modere und seinen Social Marketern begründet kein Angestelltenverhältnis, keine Vertretung, Partnerschaft und auch kein Joint Venture zwischen dem Unternehmen und dem Social Marketer. Social Marketer werden hinsichtlich ihrer Dienstleistungen oder zu Einkommensteuerzwecken nicht wie Angestellte behandelt. Der Social Marketer hat keine Befugnis (weder ausdrücklich noch stillschweigend), das Unternehmen in irgendeiner Weise zu verpflichten. Jeder Social Marketer kann seine eigenen Ziele, Arbeitszeiten und Verkaufsmethoden festlegen, solange er die Bedingungen der Social Marketer-Vereinbarung und die jeweils geltenden Gesetze einhält.

4.4.1 FRANKREICH

VDI-Social Marketer dürfen unter keinen Umständen eine Arbeitgebertätigkeit ausüben oder ein Vertragsverhältnis mit den VDIs unterhalten, die sie leiten. Ein VDI darf einem anderen VDI keinerlei Vergütung, ganz gleich in welcher Form, zahlen.

4.5 GESCHÄFTSEINHEITEN

Ein Unternehmen, eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, Partnerschaft, Treuhandgesellschaft oder sonstige Geschäftseinheit (gemeinsam in diesem Abschnitt als „Geschäftseinheit“ bezeichnet) kann beantragen, Social Marketer bei Modere zu werden, indem sie einen ordnungsgemäß ausgefüllten Modere-Antrag und Vereinbarung für Geschäftseinheiten einreicht. Dieses Formular wird von neuen Social Marketer-Bewerbern sowie bestehenden Social Marketern verwendet, die die Unternehmensstruktur ihres Modere-Geschäfts ändern möchten. Die Änderung in eine Geschäftseinheit wird als Eigentümerwechsel betrachtet und wie eine Übertragung abgewickelt. Der/die ausgefüllte Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung für Geschäftseinheiten von Modere muss mit dem ausgefüllten Verkaufs-/Kauf- oder Übertragungsformular für Social Marketer-Konten eingereicht werden. Die Mitglieder der Geschäftseinheit sind gegenüber Modere gesamtschuldnerisch für Schulden und andere Verpflichtungen haftbar.

4.6 BESITZERWECHSEL EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS

4.6.1 HINZUFÜGEN EINES MITBESITZERS

Für das Hinzufügen eines Mitbesitzers zu einem bestehenden Modere Social Marketer-Konto verlangt das Unternehmen einen schriftlichen Antrag und eine/n ordnungsgemäß ausgefüllte/n Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung mit den Unterschriften des Besitzers und Mitbesitzers. Um eine Umgehung des Abschnitts „[Verkauf, Übertragung oder Abtretung eines Modere Social Marketer-Kontos](#)“ zu vermeiden, ist der ursprüngliche Besitzer verpflichtet, weiterhin als primärer Kontoinhaber im Hinblick auf den/die ursprüngliche/n unabhängige/n Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung aufzutreten, während der potenzielle Mitbesitzer in den vergangenen zwölf (12) Monaten in keiner Weise an den von Modere festgelegten geschäftlichen Aktivitäten beteiligt gewesen sein darf. Wenn der ursprüngliche Social Marketer seine Beziehung zum Unternehmen beenden möchte, muss er sein Social Marketer-Konto gemäß dem Abschnitt „[Verkauf, Übertragung oder Abtretung eines Modere Social Marketer-Kontos](#)“ übertragen oder abtreten. Wird dieses Verfahren nicht befolgt, wird das Social Marketer-Konto mit der Kündigung des ursprünglichen Social Marketers gelöscht. Sämtliche Provisions- und Bonusansprüche werden daraufhin auf das hinterlegte Bankkonto des ursprünglichen Social Marketers überwiesen. Die im Rahmen dieses Absatzes genannten zulässigen Änderungen schließen einen Wechsel des Sponsors aus. Das Thema Sponsorenwechsel wird im Abschnitt „[Wechsel des Enrolment Sponsors](#)“ behandelt. Modere kann nach eigenem Ermessen notariell beglaubigte Unterlagen verlangen, bevor Änderungen im Hinblick auf ein Modere Social Marketer-Konto umgesetzt werden können.

4.6.1.1 FRANKREICH

Ehegatten (einschließlich zivilrechtlicher Lebenspartner) dürfen sich nicht gemeinsam als Social Marketer in Form eines VDI Mandataire oder Mikrounternehmers anmelden, jedoch auch nicht einzeln jeweils ein Modere Social Marketer-Konto gleich welcher Art führen.

4.6.2 WECHSEL DES ENROLMENT SPONSORS

Ein Wechsel des Enrolment Sponsors ist nicht zulässig, außer wie im Abschnitt „[Löschung und Neuantrag](#)“ angegeben.

4.6.3 LÖSCHUNG UND NEUANTRAG

Social Marketer können sich legitim bei einer anderen Modere Social Marketer-Organisation anmelden, sofern sie ihre Modere Social Marketer-Vereinbarung freiwillig löschen, indem sie einen Antrag auf Löschung des Modere Social Marketer-Kontos ausfüllen und für die Dauer von sechs Kalendermonaten auf die Teilnahme an jedweden geschäftlichen Aktivitäten verzichten. Nach sechsmonatiger Inaktivität kann der ehemalige Social Marketer unter einem neuen Enrolment Sponsor einen neuen Antrag stellen.

4.6.4 BESITZERWECHSEL BEIM SOCIAL MARKETER-KONTO EINER GESCHÄFTSEINHEIT

Wird im Hinblick auf eine Geschäftseinheit ein Besitzerwechsel angestrebt, muss für das Social Marketer-Konto der Geschäftseinheit gemäß dem Abschnitt „[Geschäftseinheiten](#)“ vorab eine schriftliche Genehmigung von Modere eingeholt werden, bevor ein solcher Wechsel in Übereinstimmung mit dem Abschnitt „[Verkauf, Übertragung oder Abtretung eines Modere Social Marketer-Kontos](#)“ in Kraft treten und der neue Besitzer das Konto weiterhin als Modere Social Marketer nutzen kann. Ein schriftlicher Antrag auf Genehmigung des Wechsels, in dem die geplanten Änderungen dargelegt sind, muss zur Prüfung und Begutachtung bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) eingereicht werden. Modere wird diesen Antrag dann schriftlich genehmigen oder ablehnen. Modere verlangt einen Antrag und eine Vereinbarung als Geschäftseinheit, die von den neuen Inhabern derselben Geschäftseinheit ausgefüllt sein müssen.

4.7 VERKAUF, ÜBERTRAGUNG ODER ABTRETUNG EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS

Von einem Verkauf, einer Übertragung oder der Abtretung eines Social Marketer-Kontos ist dann die Rede, wenn ein Social Marketer den Besitz oder die Verwaltung eines Social Marketer-Kontos an eine andere natürliche oder juristische Person verkauft, überträgt oder abtritt. Wenn ein Mitglied, Geschäftsführer, Manager, Aktionär, Partner, eine Führungskraft oder eine Person in einer ähnlichen Position bzw. mit einem ähnlichen Titel die Verwaltung oder eine Mehrheitsbeteiligung an dem Social Marketer-Konto einer Geschäftseinheit mit einer nutzbringenden

Beteiligung an einem Social Marketer-Konto verkauft, überträgt oder abtritt, unterliegen Verkauf, Übertragung oder Abtretung den in diesem Abschnitt beschriebenen Bestimmungen. Das Unternehmen behält sich das Recht vor, den vorgeschlagenen Verkauf, die Übertragung oder Abtretung des Social Marketer-Kontos nach eigenem Ermessen zu genehmigen oder abzulehnen. Der Verkauf, die Übertragung oder Abtretung eines Social Marketer-Kontos kann nur dann erfolgen, wenn das Konto zum Zeitpunkt des Verkaufs, der Übertragung oder der Abtretung vom Social Marketer ordnungsgemäß geführt wird, wie im Abschnitt [„Beendigung durch den Social Marketer“](#) beschrieben. Rang, Titel und Qualifikationen basieren auf dem Status des Kontos, entsprechend den während des ersten Provisionszeitraums nach Abschluss des Transfers ermittelten Berechnungen. Ein Social Marketer-Konto kann nach vorheriger schriftlicher Genehmigung durch das Unternehmen ohne jedwede Gegenleistung (z. B. ein Geschenk) übertragen oder abgetreten werden. Alle Verkäufe, Übertragungen oder Abtretungen von Social Marketer-Konten unterliegen den im nachfolgenden Abschnitt beschriebenen Bedingungen.

4.7.1 BESCHRÄNKUNGEN BEI VERKÄUFEN, ÜBERTRAGUNGEN UND ABTRETUNGEN

Obwohl ein Modere Social Marketer-Konto grundsätzlich Privatbesitz ist und das Social Marketer-Konto unabhängig geführt wird, unterliegt der Verkauf, die Übertragung oder Abtretung eines Modere Social Marketer-Kontos bestimmten Einschränkungen:

- 4.7.1.1 Ein bestehender Social Marketer darf kein anderes Social Marketer-Konto kaufen. Eine Ausnahmeregelung zu dieser Bestimmung gilt dann, wenn ein Social Marketer im Rahmen der Übertragung das Social Marketer-Konto eines Social Marketers erwirbt oder erhält, der ihn persönlich angemeldet hat, oder wenn ein Social Marketer im Rahmen der Übertragung das Social Marketer-Konto seines direkten Enrolment Sponsors erwirbt oder erhält, vorbehaltlich der in Abschnitt 4.7.1.4 genannten Bedingungen.
- 4.7.1.2 Ein Social Marketer, der sein Konto verkauft oder überträgt, darf, nachdem das Unternehmen den Verkauf genehmigt und abgewickelt hat, für einen Zeitraum von mindestens sechs (6) Monaten keinen neuen Antrag als Social Marketer unter einem anderen Enrolment Sponsoren stellen.
- 4.7.1.3 Ohne die vorherige Genehmigung des Unternehmens kann sich eine Geschäftseinheit nicht mit einem bereits bestehenden Social Marketer-Konto verbinden oder einen Anteil daran erwerben, wenn die Geschäftseinheit innerhalb der letzten zwölf (12) Monate an Geschäftsaktivitäten beteiligt gewesen ist.
- 4.7.1.4 Sollte ein Social Marketer sein Konto an den Enrolment Sponsor übertragen, kann der Enrolment Sponsor das Konto bis zu 90 Tage lang halten, um einen neuen Käufer für das Social Marketer-Konto zu finden und es auf diesen zu übertragen. Wenn das Social Marketer-Konto nicht innerhalb dieser Frist übertragen wird, wird das Konto abgewickelt, wie im Abschnitt [„Änderung der Vertriebsorganisation“](#) angegeben. Wenn ein Social Marketer durch Übertragung das Konto seines direkten Enrolment Sponsors übernimmt, kann er das Eigentum so übernehmen, wie er es zu dem Zeitpunkt vorfindet, jeweils in Übereinstimmung mit den oben genannten Bedingungen.
- 4.7.1.5 Alle Verkäufe oder Übertragungen von Social Marketer-Konten unter dem Rang Director 1 können nach alleinigem Ermessen des Unternehmens zusätzlichen Verpflichtungen im Hinblick auf das Abwerbverbot zwischen dem verkaufenden oder übertragenden Social Marketer und dem Unternehmen unterliegen, und zwar für die Dauer von bis zu sechs (6) Monaten, gemäß den vom Unternehmen bereitgestellten Verkaufsbedingungen oder Übertragungsurkunden. Alle Verkäufe oder Übertragungen von Social Marketer-Konten mit dem Rang Director 1 oder höher unterliegen einem Abwerbverbot zwischen dem verkaufenden und übertragenden Social Marketer, dem ankaufenden Social Marketer und dem Unternehmen, und zwar für die Dauer von mindestens einem (1) Jahr, gemäß den vom Unternehmen zu dem Zeitpunkt bereitgestellten Verkaufsbedingungen oder Übertragungsurkunden.

4.7.2 VERFAHREN FÜR VERKAUF, ÜBERTRAGUNG ODER ABTRETUNG

Das Verfahren für den Verkauf, die Übertragung oder Abtretung eines Social Marketer-Kontos gestaltet sich wie folgt:

- Der Käufer bzw. Empfänger muss sich als Modere Social Marketer qualifizieren und eine/n ausgefüllte/n Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung bzw. eine/n Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung für Geschäftseinheiten (falls zutreffend) mit allen für den Antrag

erforderlichen Dokumenten sowie ein ausgefülltes Formular zwecks Verkauf, Übertragung oder Abtretung eines Social Marketer-Kontos bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance (compliance@modere.eu) einreichen.

- Alle für den Antrag auf Verkauf, Übertragung oder Abtretung erforderlichen Dokumente müssen bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance eingegangen sein, bevor der Antrag bearbeitet werden kann. Wenn alle Dokumente bis zum 15. Kalendertag eines Monats vorliegen, wird Modere alle Anstrengungen unternehmen, damit die Änderung im angestrebten Kalendermonat wirksam wird. Der Verkauf, die Übertragung oder Abtretung ist erst dann wirksam, nachdem Modere den Antrag bearbeitet hat. Alle Anträge, die nach dem 15. Kalendertag eingehen, können erst im folgenden Monat bearbeitet werden.
- Nach Genehmigung ist eine Bearbeitungsgebühr fällig. Verzögerungen bei der Zahlung der Gebühr können dazu führen, dass sich das Inkrafttreten des Verkaufs verzögert.
- Vor dem Abschluss eines Verkaufs, einer Übertragung oder Abtretung sowie der Genehmigung durch Modere müssen etwaige Schulden des verkaufenden Social Marketers gegenüber Modere getilgt werden.

4.7.3 RECHT AUF ABLEHNUNG

Alle Verkäufe, Übertragungen und Abtretungen von Social Marketern sind an das Vorkaufsrecht (Right of First Refusal, kurz „RFR“) des Unternehmens gebunden, gefolgt vom Vorkaufsrecht des direkten Enrolment Sponsors.

- 4.7.3.1 Wenn ein Social Marketer im Hinblick auf den Verkauf seines Social Marketer-Kontos ein Angebot auf Treu und Glauben erhält, bietet der Social Marketer das Konto zunächst dem Unternehmen an, und zwar zu den gleichen Bedingungen, wie im Angebot selbst. Der Social Marketer legt das Angebot dem Unternehmen schriftlich vor, wobei das Unternehmen fünfzehn (15) Werktag Zeit hat, um das Angebot anzunehmen. Dass das Angebot ernst gemeint ist, kann unter anderem anhand von Barmitteln oder Wertpapieren, die in ein Treuhandkonto eingezahlt werden, nachgewiesen werden, aber auch durch den Nachweis über ein Darlehen oder andere wesentliche Schritte, die ausschließlich zum Zweck des Erwerbs des betreffenden Social Marketer-Kontos ergriffen wurden.
- 4.7.3.2 Wenn das Unternehmen sein Vorkaufsrecht nicht innerhalb der Frist von fünfzehn (15) Tagen ausübt, legt der Social Marketer das gleiche Angebot seinem direkten Enrolment Sponsor vor, jeweils zu denselben Bedingungen wie im Angebot auf Treu und Glauben. Das Unternehmen übermittelt das Angebot auf Treu und Glauben, indem es dem direkten Enrolment Sponsor des Social Marketers eine schriftliche Mitteilung zukommen lässt. Der Enrolment Sponsor hat zehn (10) Werktag Zeit, um das betreffende Angebot anzunehmen oder abzulehnen. Wenn der Enrolment Sponsor das Angebot annimmt, muss er dem Unternehmen nach der Annahme eine schriftliche Mitteilung zukommen lassen.
- 4.7.3.3 Wenn der Enrolment Sponsor sein Vorkaufsrecht nicht innerhalb der vorgegebenen Zeit ausübt, kann der Social Marketer das Social Marketer-Konto gemäß den gleichen, im Angebot auf Treu und Glauben genannten Geschäftsbedingungen an einen Dritten übertragen, sofern der Social Marketer alle anderen in diesem Abschnitt enthaltenen und von Zeit zu Zeit vom Unternehmen festgelegten Transferverfahren erfüllt.
- 4.7.3.4 Das Vorkaufsrecht gilt für alle neuen Angebote auf Treu und Glauben, die der Social Marketer erhält.
- 4.7.3.5 Die folgenden Umstände unterliegen nicht den oben genannten Anforderungen an das Vorkaufsrecht; allerdings ist in jedem der genannten Fälle die Vorlage eines/r geänderten Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung bzw. eines/r Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung für Geschäftseinheiten (sofern zutreffend) beim Unternehmen erforderlich.
- a. Wenn der Name einer Person, die eine nutzbringende Beteiligung an einem Social Marketer-Konto hat, zum Antrag und zur Vereinbarung hinzugefügt wird (z. B. ein Social Marketer, der seinen Partner hinzugefügt hat).
 - b. Wenn der Name einer Person, die keine nutzbringende Beteiligung an dem Social Marketer-Konto mehr hat, von dem/der Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung ausgeschlossen wird (z. B. ein Direktor, der von einem Unternehmen ausgeschlossen wird, oder wenn ein Anteilseigner, der keinen Mehrheitsanteil hat, seine Anteile an einem Unternehmen veräußert).

- c. Wenn der Social Marketer eine Einzelperson ist und seine Eigentumsrechte an eine Geschäftseinheit überträgt, an der nur der betreffende Social Marketer eine nutzbringende Beteiligung hat (z. B. wenn Ehepartner, einschließlich zivilrechtlicher Partner, ein Unternehmen mit beschränkter Haftung bilden, um ihr Social Marketer-Konto zu betreiben und sie die einzigen Mitglieder/Manager sind).

4.8 ABTRENNUNG EINES MODERE SOCIAL MARKETER-KONTOS

Modere Social Marketer betreiben ihr Modere Social Marketer-Konto in manchen Fällen in Form von Ehegatten-Partnerschaften (einschließlich Partnerschaften zivilrechtlicher Partner), regulären Partnerschaften, Gesellschaften oder anderweitiger Geschäftseinheiten. Im Falle einer Ehescheidung oder Auflösung einer Ehe, einschließlich der zivilrechtlichen Partnerschaft, oder einer Gesellschaft, Partnerschaft oder anderen Geschäftseinheit (letztere werden hier gemeinsam als „Unternehmen“ oder „juristische Personen“ bezeichnet) müssen Vorkehrungen getroffen werden, um sicherzustellen, dass eine Abtrennung oder Aufteilung des Social Marketer-Kontos erfolgt, um negative Auswirkungen auf die Interessen und Einnahmen anderer Social Marketer-Konten entlang der Sponsorenlinie zu vermeiden. Wenn die sich trennenden Parteien keine Vorkehrungen zur bestmöglichen Wahrung der Interessen anderer Social Marketer und des Unternehmens treffen, wird Modere die Social Marketer-Vereinbarung beenden. Während der Dauer eines Scheidungsverfahrens oder einer Unternehmensauflösung müssen die Parteien eine der folgenden Arbeitsweisen wählen:

- Eine Partei kann das Modere Social Marketer-Konto mit der schriftlichen und notariell beglaubigten Zustimmung der/den jeweils anderen Partei/en gemäß einer schriftlichen Beauftragung führen, mit der die sich trennenden Ehepartner, Anteilseigner, Geschäftspartner oder Treuhänder Modere autorisieren, direkt und nach alleinigem Ermessen mit dem jeweils anderen Ehepartner, Anteilseigner, Geschäftspartner oder Treuhänder zu verhandeln. In diesem Fall werden sämtliche Provisionen und Boni an die Partei gezahlt, die das Social Marketer-Konto erhält.
- Die Parteien können das Modere Social Marketer-Konto auch gemeinsam wie gehabt weiterführen, wonach sämtliche Vergütungen von Modere nach dem Status Quo vor der Einleitung des Ehescheidungs- oder Auflösungsverfahrens ausgezahlt werden.

Unter keinen Umständen darf die Vertriebsorganisation von sich trennenden Ehepartnern oder ein sich auflösendes Social Marketer-Konto aufgeteilt werden. Desgleichen darf Modere unter keinen Umständen Provisions- und Bonuseinnahmen zwischen sich trennenden Ehepartnern oder Mitgliedern von sich auflösenden Geschäftseinheiten aufteilen. Modere kann nur eine Vertriebsorganisation anerkennen und nur einen Provisionsanspruch pro Modere Social Marketer-Konto pro Provisionszyklus gewähren. Provisionsansprüche müssen immer derselben natürlichen oder juristischen Person gewährt werden. Wenn scheidende Ehepartner oder Mitglieder eines sich auflösenden Unternehmens nicht in der Lage sind, sich innerhalb von sechs Kalendermonaten ab dem Datum der Einreichung des Scheidungsantrags oder der Einleitung des Auflösungsverfahrens des Unternehmens über die Vergabe von Provisionen und den Besitz des Social Marketer-Kontos zu einigen, kann dies zu einer Kündigung der Social Marketer-Vereinbarung durch Modere führen.

Hat ein früherer Ehepartner oder zivilrechtlicher Partner vollständig auf seine Rechte an seinem ursprünglichen Social Marketer-Konto bei Modere verzichtet, steht es ihm frei, sich später direkt bei einem beliebigen, von ihm gewählten Sponsor anzumelden, indem er eine entsprechende Social Marketer-Anmeldung und das Vereinbarungsformular ausfüllt. Frühere Angehörige der Geschäftseinheit müssen sechs Kalendermonate warten, bevor sie unter einem anderen Sponsor erneut einen Antrag stellen dürfen. Diese Wartezeit entfällt, wenn sie direkt unter demselben Sponsor einen neuen Antrag stellen, der auch Sponsor der aufgelösten Geschäftseinheit war. In einem solchen Fall jedoch haben ehemalige Ehepartner (einschließlich zivilrechtlicher Partner) keinen Anspruch in Bezug auf etwaige Social Marketer oder Kunden aus ihrer früheren Vertriebsorganisation.

4.8.1 FRANKREICH

Der obige Abschnitt „[Abtrennung eines Modere Social Marketer-Kontos](#)“ gilt nicht für die Social Marketer-Konten von VDI Mandataire oder Mikrounternehmen.

4.9 ERBFOLGE

Nach dem Tod eines Social Marketers kann sein Social Marketer-Konto auf seine Erben übergehen. Dem Unternehmen müssen entsprechende rechtliche Nachweise vorgelegt werden, um zu gewährleisten, dass diese Übertragung ordnungsgemäß erfolgt. Liegt kein Testament vor, findet das geltende Erbrecht Anwendung. Wird ein Testament oder eine andere letzte Willenserklärung angefochten und das Social Marketer-Konto nicht innerhalb von sechs Kalendermonaten nach dem Datum des Todes des Social Marketers zugewiesen oder erfüllt der Nachfolger nicht alle nachfolgend aufgeführten Anforderungen innerhalb von sechs Kalendermonaten, wird das Social Marketer-Konto gelöscht. Jegliche Provisionen oder Boni, die sich auf dem Konto des verstorbenen Social Marketers angesammelt haben, gehen an den rechtmäßigen Erben über. Wenn ein Social Marketer stirbt und innerhalb von sechs Kalendermonaten ab dem Datum des Todes keine rechtlichen Ansprüche bezüglich der Nachfolge erhoben werden, wird das Social Marketer-Konto gelöscht. Dementsprechend empfiehlt es sich für einen Social Marketer, einen Rechtsanwalt zwecks Aufsetzens eines Testaments oder einer anderen testamentarischen Regelung zu Rate zu ziehen. Wird ein Modere Social Marketer-Konto durch ein Testament oder eine testamentarische Regelung übertragen, erwirbt der Begünstigte stets das Recht, sämtliche Provisionen und Boni der Vertriebsorganisation des verstorbenen Social Marketers einzuziehen, vorausgesetzt, die folgenden Voraussetzungen sind erfüllt. Der/die Nachfolger muss/müssen:

- alle im Abschnitt „[Anforderungen an einen Modere Social Marketer](#)“ genannten Voraussetzungen erfüllen, einschließlich der Einreichung eines/r vollständigen Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung bei Modere;
- eine Kopie des Originaltotenscheins bei Modere einreichen;
- eine notariell beglaubigte Kopie des Testaments oder einer sonstigen testamentarischen Regelung bei Modere vorlegen, nach der dem Nachfolger die Rechte am Modere Social Marketer-Konto zustehen;
- die Bedingungen und Bestimmungen der Vereinbarung erfüllen;
- falls das Social Marketer-Konto an eine Erbengemeinschaft geht, muss diese eine Geschäftseinheit gründen. Modere wird dann dieser Geschäftseinheit sämtliche Provisions- und Bonusansprüche gewähren.
- Wenn der Rechtsnachfolger des Social Marketer-Kontos bereits ein bestehender Social Marketer ist, kann die Vereinbarung dem bestehenden Social Marketer zugewiesen werden. Das Unternehmen wird die mehrfachen nutzbringenden Beteiligungen zugestehen, vorausgesetzt, dass der bestehende Social Marketer nicht bereits ein anderes Social Marketer-Konto geerbt hat. Wenn der bestehende Social Marketer bereits ein weiteres Social Marketer-Konto geerbt hat, wird das Unternehmen die vererbten mehrfachen nutzbringenden Beteiligungen für die Dauer von sechs (6) Monaten zugestehen. Innerhalb dieser Frist ist der bestehende Social Marketer verpflichtet, das bestehende oder eines der anderen geerbten Social Marketer-Konten zu verkaufen oder anderweitig zu übertragen.

4.10 ÜBERTRAGUNG AUFGRUND VON GESCHÄFTSUNFÄHIGKEIT EINES SOCIAL MARKETERS

Um die Übertragung eines Modere Social Marketer-Kontos aufgrund von Geschäftsunfähigkeit zu ermöglichen, muss der Treuhänder oder Betreuer folgende Unterlagen bei Modere einreichen: (1) eine notariell beglaubigte Kopie der Ernennung eines Treuhänders oder Betreuers; (2) eine notariell beglaubigte Kopie eines jeden Dokuments, einschließlich der Ermächtigung durch das zuständige Gericht, das dem Treuhänder oder Betreuer das Recht einräumt, das Modere-Geschäft nach den jeweils geltenden Gesetzen und Vorschriften im Namen oder im Auftrag des ehemaligen Social Marketers weiter zu betreiben; (3) eine vom Treuhänder vollständig ausgefüllte Social Marketer-Vereinbarung.

4.11 ÄNDERUNG DER VERTRIEBSORGANISATION

Wenn eine Änderung in einer Vertriebsorganisation aufgrund fehlender geschäftlicher Aktivitäten oder der Kündigung (freiwillig oder unfreiwillig) eines Modere Social Marketer-Kontos auftritt, wird die Social Marketer-Vereinbarung beendet. Das Konto bleibt in einem inaktiven Status, damit die Integrität der Organisationsstruktur gesichert ist. Der Kundenstamm wird, sofern vorhanden, an den nächsthöheren aktiven Platzierungs-Sponsor übertragen. Das Unternehmen kann nach eigenem Ermessen entscheiden, ob es die Position neu besetzen oder so strukturieren will, wie es den Interessen des Unternehmens, der Vertriebsorganisation und der Upline am besten entspricht. Darüber hinaus behält sich Modere das Recht vor, alle

auf dem ersten Level angeworbenen oder gesponserten Social Marketer am Tag der Kündigung unmittelbar unter dem gekündigten Social Marketer auf dem ersten Level („Front Line“) des Enrolment- und Platzierungssponsors des gekündigten Social Marketers zu platzieren.

4.12 ANMELDUNG

Alle Social Marketer, die ein gutes Ansehen genießen, sind berechtigt, andere Personen bei Modere anzumelden. Jeder potenzielle Kunde oder Social Marketer hat das ultimative Recht, seinen eigenen Enrolment Sponsor auszuwählen. Behaupten zwei Social Marketer, anmeldender Sponsor desselben neuen Social Marketers oder Kunden zu sein, wird nur derjenige akzeptiert, dessen ordnungsgemäß ausgefüllter Antrag zuerst bei Modere eingeht und von Modere genehmigt wird, es sei denn, es ist von einer Verletzung des Abschnitts „Cross-Sponsoring“ die Rede. Kunden dürfen keine Social Marketer sponsern oder bei Modere anmelden.

In europäischen Ländern, in denen Modere tätig ist, kann es zu Unterschieden bei der Produktverfügbarkeit, Preisstruktur, den Bestimmungsvorschriften oder rechtlichen Anforderungen an die Geschäftsführung kommen. Modere kann nur Grundinformationen zur Verfügung stellen. Es liegt in der Verantwortung des Social Marketers, der in anderen Ländern Sponsoring-Tätigkeiten plant, sich in Bezug auf weitere Fragen oder Informationen an die zuständigen Behörden in den betroffenen Ländern zu wenden.

4.12.1 INTERNATIONALES MARKETING

Social Marketer, die Personen in anderen Ländern sponsern wollen, müssen die anwendbaren Gesetze sowie Richtlinien und Verfahren dieser Länder einhalten. Social Marketer, die Geschäfte auf internationalem Niveau über ihre eigene oder andere Websites tätigen oder anstreben, müssen die im Abschnitt „[Social Marketer-Websites](#)“ und in allen anderen Modere-Richtlinien genannten Bedingungen sowie die Gesetze und Vorschriften jedes einzelnen Landes einhalten, in denen die Handels- und Internetaktivitäten gesetzlich geregelt sind. Dazu gehören u. a. Bestimmungen, Gesetze und Vorschriften bezüglich der Vertraulichkeit von Verbraucherdaten, der Datenschutzrechte, etwaiger Beschränkungen des Fernabsatzes und Beschränkungen im Hinblick auf die Vermarktung über das Internet.

4.12.2 PLATZIERUNG

Social Marketer können einen neu aufgenommenen Social Marketer an jede beliebige Stelle in ihre Vertriebsorganisation innerhalb des 60-Tage-Placement-Programms einfügen, sofern dies von Modere genehmigt wurde. Dadurch ändert sich der Platzierungssponsor des neuen, persönlich gesponserten Social Marketers. Diese Platzierung ist dauerhaft und kann sich auf die Ansprüche auf Provisionen und Boni auswirken. Die Platzierung ist mit Bedingungen verknüpft. Wenn Sie einen neuen Social Marketer platzieren, der mit einem anderen Modere-Markt verbunden ist, gelten die jeweils anderen Modere-Marktbedingungen für die Platzierung.

4.13 CROSS-SPONSORING

Cross-Sponsoring oder der Versuch des Cross-Sponsorings ist strengstens untersagt. Der Begriff „Cross-Sponsoring“ lässt sich als Rekrutierung oder Anwerbung einer Person oder einer Geschäftseinheit definieren, für die bereits ein Kundenkonto oder eine Social Marketer-Vereinbarung mit Modere besteht oder die innerhalb der letzten zwölf Kalendermonate ein Konto oder eine Vereinbarung mit Modere, wenn auch mit einem anderen Enrolment Sponsor, hatte. Die Verwendung der Namen von Ehegatten oder Verwandten, von Handelsnamen, angenommenen Namen, Gesellschaften, Partnerschaften, Treuhandgesellschaften oder erfundenen ID-Nummern zur Umgehung dieser Richtlinie ist untersagt. Etwaige Verleumdungen, Diskreditierungen oder Diffamierungen von Social Marketer durch andere Social Marketer, in dem Bemühen, einen anderen Social Marketer anzulocken, um Teil der Vertriebsorganisation des ersteren Social Marketers zu werden, sind untersagt. Darüber hinaus ist jede Handlung eines Social Marketers, die darauf ausgerichtet ist, persönlich zusammengestelltes Motivationsmaterial, Bücher, Schulungshilfen oder ähnliches Material an einen anderen Social Marketer, der der Vertriebsorganisation des übertragenden Social Marketers nicht zugehört, zu verkaufen oder in einer anderen Form zu übertragen, ein Verstoß gegen die Bestimmungen dieses Abschnitts. Diese Richtlinie verbietet nicht die Übertragung eines Modere Social Marketer-Kontos in Übereinstimmung mit dem Abschnitt „[Verkauf, Übertragung oder Abtretung eines Modere Social Marketer-Kontos](#)“.

4.14 INTERESSENKONFLIKTE

4.14.1 ABWERBEVERBOT

1. Während der Dauer dieser Vereinbarung dürfen Social Marketer keine anderen Modere Social Marketer oder Kunden für ein anderes Direktvertriebsunternehmen rekrutieren“ (wie weiter unten definiert). In diesem Zusammenhang darf ein Social Marketer nicht als Sprecher für ein anderes Direktvertriebsunternehmen agieren oder Werbeaktivitäten gleich welcher Art für dieses ausüben.

Zudem dürfen sich Social Marketer nicht an unaufgeforderter Abwerbung von Modere-Kunden beteiligen, zu denen sie keine persönliche Beziehung haben. Jegliche Handlung eines Social Marketers, die dazu bestimmt ist, einen Modere-Kunden von seiner Geschäftstätigkeit oder Beteiligung am Modere-Geschäft mit anderen Social Marketer abzubringen, ist strengstens untersagt. Unbeschadet des zuvor Gesagten darf ein Modere Social Marketer Marktwerbung und Kundenwerbung betreiben, solange diese nicht speziell auf bestehende Modere-Kunden abzielt.
2. Der Social Marketer darf für die Dauer eines Jahres nach Ablauf oder Beendigung der Modere Social Marketer-Vereinbarung eines Social Marketers, unabhängig von den Gründen für die Beendigung, keine Modere Social Marketer oder Kunden aus seinen/ihren aktuellen oder ehemaligen Vertriebsorganisationsberichten oder solche, die der Social Marketer im Rahmen seiner Tätigkeit als Modere Social Marketer oder Kunden kennengelernt hat, Rekrutieren.
3. Ungeachtet der Absätze 1 und 2 ist es für einen Social Marketer zulässig, seine persönlich angemeldeten Social Marketer und unmittelbaren Familienmitglieder (Eltern, Geschwister und Kinder im Alter von über 18 Jahren) für andere Direktvertriebsunternehmen zu rekrutieren. Ein „persönlich angemeldeter“ Social Marketer ist jeder Social Marketer, der ursprünglich vom Social Marketer angemeldet und als Sponsor eines neuen Social Marketer-Antrags identifiziert wird.
4. Der Begriff „Rekrutieren“ bedeutet die tatsächliche oder versuchte Abwerbung, die Anmeldung, Ermutigung oder die vorsätzliche Beeinflussung eines anderen Modere Social Marketers oder Modere-Kunden in jedweder Weise, entweder direkt, über einen Dritten, oder indirekt (insbesondere durch die Verwendung einer Website oder von sozialen Netzwerken), mit dem Ziel, dass dieser sich bei einem anderen Direktvertriebsunternehmen anmeldet bzw. daran teilnimmt. Bei dieser Verhaltensweise handelt es sich auch dann um eine Rekrutierung, wenn es sich bei den Handlungen des Social Marketers um die Reaktion auf eine Anfrage eines anderen Modere Social Marketers oder Kunden handelt.
5. Die Social Marketer vereinbaren, dass das Netzwerk-Marketing über Verkaufsorganisationen von Einzelpersonen durchgeführt wird, die auf der ganzen Welt verteilt sind, und dass die Netzwerk-Marketer regelmäßig das Internet und Telefon nutzen, um sich mit anderen Netzwerk-Marketer in Verbindung zu setzen. Daher ist jeder Versuch, den geographischen Geltungsbereich der in Absatz 1 und 2 festgelegten Regelungen zum Abwerbeverbot einzuschränken, unwirksam. Aus diesem Grund erklärt sich der Social Marketer damit einverstanden, dass die in Absatz 1 und 2 festgelegten Regelungen zum Abwerbeverbot für alle Länder gelten, in denen Modere geschäftlich tätig ist. Der Social Marketer erklärt sich mit dem geographischen Geltungsbereich für diese Regelungen einverstanden und verzichtet außerdem auf Klagen hinsichtlich der Ungültigkeit oder Anfechtbarkeit der Regelungen zum Abwerbeverbot aus Gründen des geographischen Geltungsbereiches.
6. Der Social Marketer erkennt an, dass Modere in dem Fall, dass er die in Absatz 1 und 2 genannten Bedingungen verletzt, unwiederbringlichen Schaden erleidet, wobei die Berechnung der Schadenersatzhöhe extrem schwierig ist. Die Parteien bestimmen daher, dass Modere für jede Verletzung dieser Absätze Anspruch auf die sofortige Unterlassung sowie eine Vertragsstrafe in Höhe von 1.700,00 Euro je Schadensfall hat. Jede abgeworbene Person und jedes abgeworbene Unternehmen stellt einen separaten „Schadensfall“ dar, und separate Abwerbungen derselben Person oder desselben Unternehmens stellen ebenfalls einen separaten „Schadensfall“ dar.
7. Zusätzlich zu den Bedingungen des Abschnitts 5.3.1, behält sich Modere das Recht vor, die öffentliche Anerkennung und Exposition von Social Marketer, die an anderen Direktvertriebsunternehmen oder Vermarktungsmöglichkeiten beteiligt sind, die mit den durch Modere beworbenen in Konkurrenz stehen, zu beschränken oder auszuschließen. Dazu zählen insbesondere Tätigkeiten wie Spotlights in Modere-Kommunikationen und -Websites, die Anerkennung auf Veranstaltungen, Anreiz-Reisen von Modere und sonstige Foren, die ihrem Wesen nach öffentlich sind.

4.14.2 ANDERE-MARKETING-GESCHÄFTE

Social Marketer dürfen potenziellen oder bestehenden Modere-Kunden oder Social Marketer anlässlich von Modere-Besprechungen, - Seminaren oder -Konventionen oder direkt im Anschluss daran weder Modere-Geschäfte, -Produkte oder -Dienstleistungen in Verbindung mit Nicht-Modere-Programmen, -Geschäften, -Produkten oder -Dienstleistungen noch Nicht-Modere-Geschäfte, -Produkte oder -Dienstleistungen anbieten.

4.14.3 KEIN WETTBEWERB / EXKLUSIVITÄT

4.14.3.1 – Die Social Marketer bestätigen und stimmen zu, dass jeder Social Marketer der beziehungsweise die als Social Marketer den Rang Elite 1 oder höher erreicht hat oder haben, eine entsprechende Vergütung erhält, als solcher öffentlich anerkannt und darüber hinaus vom Unternehmen als ein Social Marketer Leader promotet wird. Wenn Sie den Rang Elite 1 oder höher erreicht haben, wird von Ihnen erwartet, dass Sie ausschließlich Produkte von Modere verkaufen, andere Social Marketer in Ihrem Team schulen und ausschließlich für die von Modere gebotenen Geschäftsmöglichkeiten werben, darüber hinaus also kein anderes Direktvertriebsunternehmen bewerben. Eine Bedingung für den Erhalt der fortlaufenden Vergütung, die speziell für den Rang Elite 1 oder höher vorgesehen ist - einschließlich des Leadership-Entwicklungsbonus, des Team Builder-Bonus, der Elite-Levels der Generational Unilevel-Provisionen und des 4 & More Elite-Bonus sowie jedweder Updates und Änderungen am Vergütungsplan für ausschließlich Elite 1 Social Marketer oder höher, sowie einschließlich der Anerkennung als Elite Leader oder höher bei Unternehmensevents, jedoch nicht auf diese beschränkt - besteht darin, dass Sie nicht an Geschäftsaktivitäten welcher Art auch immer für andere Direktvertriebsunternehmen beteiligt sind.

4.14.3.2 – Wenn Sie am Direktverkauf für andere Direktvertriebsunternehmen beteiligt sind, während Sie zugleich als Modere Social Marketer mit dem Rang Elite 1 oder höher aktiv sind, wird Ihr Social Marketer-Konto von jedweden Boni ausgeschlossen, die speziell für den Rang Elite oder höher für Social Marketer in Ihrem Unternehmen vorgesehen sind, zumindest für den Zeitraum, in dem Sie oder eine andere, in Form einer nutzbringenden Beteiligung an der Position beteiligte Person (1) an irgendwelchen Geschäftsaktivitäten dieser Art teilhaben, oder (2) an irgendeinem anderen Direktvertriebsunternehmen beteiligt sind, unabhängig davon, ob Sie die Qualifikationsanforderungen der genannten Boni erfüllen.

4.14.3.3 – Bevor Sie sich an irgendeiner Geschäftsaktivität für ein anderes Direktvertriebsunternehmen beteiligen, verpflichten Sie sich, das Unternehmen darüber zu informieren, dass Sie oder eine andere, in Form einer nutzbringenden Beteiligung an der Position beteiligte Person beabsichtigen, sich an einer solchen Geschäftsaktivität zu beteiligen. Sie stimmen weiterhin zu, dass Sie bei der Teilnahme an einer solchen Geschäftsaktivität keine mit dem Elite Rang verknüpften Bonuszahlungen für Social Marketers in Ihrem Unternehmen mehr erhalten, wie im vorherigen Absatz beschrieben. Sie erklären sich ferner damit einverstanden, dass (1) von Ihnen empfangene Provisionen, die mit dem Elite Rang verbunden sind, sowie Boni für jedweden Zeitraum, der auf Ihre Aktivitäten im Rahmen von Geschäftstätigkeiten dieser Art folgt, an das Unternehmen zurückzuzahlen sind, unabhängig davon, ob das Unternehmen informiert wurde, wie in diesem Paragraph beschrieben, und (2) dass das Unternehmen das Recht hat, die entsprechenden Beträge zurückzufordern, indem es Forderungen mit anderen Boni aus der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft, die Ihnen nach dem Vergütungsplan zustehen, verrechnet. Wenn Sie es versäumen, das Unternehmen über Ihre Teilnahme an Geschäftsaktivitäten für andere Direktvertriebsunternehmen zu informieren, wird dies als Verstoß gegen diese Richtlinien und Verfahren betrachtet, was zu weiteren Maßnahmen führen kann, die vom Unternehmen ergriffen werden, bis hin zur Kündigung Ihres Social Marketer-Kontos.

4.15 VERBOT VON BONUSKÄUFEN

Bonuskäufe sind strengstens und absolut untersagt. Bonuskäufe umfassen (a) die Anmeldung von Personen oder Unternehmen ohne Kenntnis und/oder Unterzeichnung eines/r unabhängigen Social Marketer-Antrags und -Vereinbarung durch diese Personen oder Geschäftseinheiten; (b) die betrügerische Anmeldung von Personen oder Geschäftseinheiten als Social Marketer oder Kunden; (c) die Anmeldung oder die versuchte Anmeldung von nicht existierenden Personen oder Geschäftseinheiten als Social Marketer oder Kunden („Phantome“); (d) den Kauf von Modere-Produkten oder Dienstleistungen im Auftrag eines anderen Social Marketers oder unter Angabe der ID-Information eines anderen Social Marketers, um Anspruch auf Provisionen oder Boni zu erlangen, soweit nicht von Modere ausdrücklich genehmigt; Modere erteilt keine Genehmigung für den Kauf von Produkten oder Dienstleistungen durch einen Social Marketer im Auftrag eines Kunden mit dem Ziel, Anspruch

auf Provisionen oder Boni zu erlangen; oder (e) den Kauf von mehr Produkten, als ein Social Marketer und seine Familie in einem Monat normalerweise verbrauchen können.

4.16 STACKING

„Stacking“ ist strengstens untersagt. Der Begriff „Stacking“ beinhaltet: (a) die Bereitstellung von finanziellen Hilfen für Social Marketer oder Kunden zur Maximierung der Vergütung gemäß dem Modere-Vergütungsplan; (b) die Verletzung des Grundsatzes „Ein Modere-Konto pro Social Marketer“ und/oder (c) das Anmelden erfundener Personen oder Geschäftseinheiten im Modere-Vergütungsplan.

4.17 DARLEHEN UND PROVISIONSVORSCHÜSSE

Social Marketer dürfen vom Unternehmen keinerlei Darlehen oder Vorschüsse auf Provisionen oder Boni für Social Marketer beantragen.

4.18 ÜBERHÖHTE LAGERBESTANDSKÄUFE SIND UNTERSAGT

Social Marketer sind nicht verpflichtet, einen Lagerbestand an Produkten oder Verkaufshilfen zu führen. Um sicherzustellen, dass Social Marketer nicht durch Restlagerbestände belastet werden, können solche Bestände nach der Löschung eines Social Marketer-Kontos an Modere zurückgegeben werden, wie im Abschnitt [„Rückgabe von Lagerbestand und Verkaufshilfen durch Social Marketer“](#) vorgesehen. Bei Modere ist der Kauf von Produkten in unangemessenen Mengen mit dem vorrangigen Ziel der Qualifizierung für Provisionen, Boni oder Vorschusszahlungen gemäß Vergütungsplan strengstens untersagt. Social Marketer dürfen nicht mehr Lagerbestand kaufen, als sie normalerweise in einem Monat verkaufen oder verbrauchen, und dürfen auch andere nicht dazu ermutigen. Social Marketer müssen unter Umständen nachweisen können, dass sie mindestens 70% aller von ihnen gekauften Produkte verbraucht oder weiterverkauft haben, bevor sie weitere Käufe tätigen.

4.19 UMVERPACKEN UND UMETIKETTIEREN SIND UNTERSAGT

Social Marketer dürfen Modere-Produkte, Informationen, Materialien oder Programme in keiner Weise umverpacken, umetikettieren, umfüllen oder mit anderen Aufklebern versehen. Modere-Produkte dürfen nur in ihren Originalverpackungen verkauft werden. Ein solches Umetikettieren oder Umverpacken würde voraussichtlich gegen örtlich geltendes Recht verstoßen, was zu erheblichen Geldbußen führen kann. Ein Social Marketer kann sich schadensersatzpflichtig und gegebenenfalls sogar strafbar machen, wenn er Produkte umverpackt oder umetikettiert.

4.20 ZURÜCKHALTEN VON ANTRÄGEN ODER BESTELLUNGEN

Social Marketer dürfen Anträge neuer Antragsteller und Produktbestellungen nicht manipulieren, unabhängig davon, ob sie die Sponsoren sind oder nicht. Sämtliche Social Marketer-Anträge und -Vereinbarungen sowie Produktbestellungen müssen Modere innerhalb von sieben Arbeitstagen nach Unterzeichnung durch den Social Marketer bzw. Erteilung durch den Kunden mitgeteilt werden.

4.21 SELBSTFAKTURIERUNG: ANNAHME UND RECHTLICHER RAHMEN

Der Social Marketer erklärt sich damit einverstanden, bei der Berechnung der von Modere an den Social Marketer zu zahlenden Provision die Selbstfakturierungsmethode anzuwenden. Als in Belgien registriertes Unternehmen hat sich Modere entschieden, die gesetzliche Vorschrift E.T. 123.724 (53/2013) vom 16.12.2013, erhältlich bei den belgischen Steuerbehörden, anzuwenden. Modere erklärt sich damit einverstanden, dem Social Marketer die Provisionsansprüche gemäß dem Modere-Vergütungsplan auszuzahlen, und stellt dem Social Marketer dafür (gemeinsam mit der Provisionsaufstellung) einen elektronischen Selbstfakturierungsbeleg zur Verfügung. Die im Selbstfakturierungsbeleg ausgewiesene Provision ist umsatzsteuerbefreit. Es liegt in der Verantwortung der Social Marketer, ihre eigenen Aufzeichnungen zu führen und Kopien der Selbstfakturierungsbelege aufzubewahren. Den Social Marketer wird empfohlen, sich an ihre jeweiligen Steuerberater zu wenden. Es liegt in ihrer Verantwortung, ihre örtliche Steuerbehörde über die Anwendung der Selbstfakturierungsmethode und Umsatzsteuerbefreiung bei Modere in Kenntnis zu setzen. Die Selbstfakturierungsbelege werden zum Zweck der Provisionsberechnung in Bezug auf die Social Marketer-Vergütung und anderer Modere-Einkünfte gemäß Vergütungsplan erstellt. In Fällen, in denen der Social Marketer nicht mit der Berechnung einverstanden ist, muss der Social Marketer das Unternehmen innerhalb von 60 Kalendertagen darüber informieren.

4.22 EINKOMMENSSTEUERN

Jeder Social Marketer ist selbst für die Zahlung der erforderlichen Steuern auf sein Einkommen verantwortlich, die er als unabhängiger Social Marketer generiert. Einmal pro Jahr erstellt Modere in Übereinstimmung mit den von der belgischen Regierung festgelegten Maßstäben eine Jahreseinkommenserklärung für Social Marketer, die Provisionen verdienen, die den von der belgischen Regierung festgelegten Schwellenwert erreichen oder übersteigen.

4.23 VERSICHERUNG

4.23.1 BETRIEBSVERSICHERUNG

Social Marketer werden ermutigt, ihren Versicherungsbeauftragten zu kontaktieren und Vorkehrungen zu treffen, um eine persönliche Versicherung für ihre Geschäftsaktivitäten und Geschäftsreisen abzuschließen. Die Versicherungspolice eines Hauseigentümers deckt nicht immer geschäftsbezogene Schadensfälle oder Diebstahl bzw. Beschädigungen in Bezug auf Lagerbestand oder geschäftliche Ausrüstung ab.

4.23.1.1 Frankreich

VDI Mandataire, die als Social Marketer aktiv sind, dürfen Modere-Produkte nicht weiterverkaufen. Die oben zu „Diebstahl oder Beschädigung“ genannten Bedingungen finden auf diese Social Marketer keine Anwendung.

4.23.2 PRODUKTHAFTPFLICHTVERSICHERUNG

Modere unterhält einen Versicherungsvertrag zum Schutz des Unternehmens und der Social Marketer gegen Produkthaftungsklagen, soweit die Social Marketer Modere-Produkte in Übereinstimmung mit den Unternehmensrichtlinien und -verfahren sowie den jeweils geltenden Gesetzen und Verordnungen vermarkten. Die Produkthaftpflichtversicherung von Modere deckt keine Forderungen oder Klagen ab, die sich aus dem Fehlverhalten seitens der Social Marketer beim Marketing der Produkte ergeben.

4.23.2.1 Frankreich

Der Verweis auf „Marketing der Produkte“ sollte als „Verkaufsförderung der Produkte“ verstanden und nicht als „Weiterverkauf der Produkte“ gelesen werden.

4.24 WERBUNG

4.24.1 ALLGEMEINES

Alle Social Marketer sind verpflichtet, den guten Ruf von Modere und der Modere-Produkte zu wahren und zu fördern. Das Modere-Marketing und die Verkaufsförderung, das Modere-Geschäft, der Vergütungsplan sowie die Modere-Produkte und -Dienstleistungen stehen im Einklang mit dem öffentlichen Interesse und nutzen keine sittenwidrigen, täuschenden, irreführenden oder ethisch und moralisch nicht vertretbaren Verhaltensweisen und Praktiken. Social Marketer müssen das Modere-Geschäft und die Produkte auf eine Weise bewerben und anbieten, die mit den Methoden im Hinblick auf die Materialien des Unternehmens übereinstimmt.

Social Marketer dürfen keine Marketing- oder Schulungssysteme erstellen, veröffentlichen oder nutzen, die sich auf das Modere-Geschäft oder -Produkte beziehen, sofern diese nicht vom Unternehmen schriftlich genehmigt wurden. Social Marketer dürfen keine Verträge oder Formulare verwenden, die nicht vom Unternehmen veröffentlicht wurden. Social Marketer dürfen andere bestehende oder potenzielle Modere-Kunden oder Social Marketer nicht zwingen oder auffordern, andere als die offiziellen Modere-Vereinbarungen und -Verträge zu unterzeichnen, um Social Marketer von Modere zu werden.

In Übereinstimmung damit müssen Social Marketer sämtliche schriftlichen Verkaufshilfen, Werbematerialien, Werbeanzeigen und sonstigen Unterlagen (einschließlich geplanter Internet-Werbung) zur Genehmigung bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) einreichen. Solange der Social Marketer nicht eine spezifische schriftliche Genehmigung zur Verwendung des Materials erhält, gilt die Anfrage als abgelehnt. Wenn der Social Marketer sein Werbematerial ändert, muss er das geänderte

Werbematerial bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) zur erneuten Prüfung und Genehmigung einreichen, bevor es verwendet werden darf.

4.24.2 – MARKETING- UND SCHULUNGSMATERIALIEN

Social Marketer, die unabhängige, branchengenerische, unterstützende Materialien, Systeme und Dienstleistungen verkaufen, müssen ihre unabhängige Geschäftstätigkeit und damit verbundenen Ziele und Absichten beim Unternehmen über die Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance (compliance@modere.eu) offenlegen. Darüber hinaus müssen Social Marketer die folgenden Richtlinien bei Werbeaktivitäten für ihre unabhängigen Geschäfte befolgen:

1. Das Geschäft ist sowohl online als auch in den sozialen Medien und allen Gruppen sowie bei allen Werbeaktivitäten klar von allen Modere-Geschäftstätigkeiten abzugrenzen. Darüber hinaus dürfen keine Werbematerialien oder Verkäufe von nicht-Modere-Materialien im Rahmen von Modere-Unternehmensveranstaltungen angeboten oder getätigt werden.
2. Es dürfen keine Markenzeichen von Modere oder häufig verwendete Begriffe, die sich auf das Modere Geschäftsmodell beziehen, in jeglichen Werbeäußerungen verwendet werden, um Gruppen oder Personen, die mit Modere in einem Zusammenhang stehen, zu bewerben.
3. Es dürfen absolut keine Werbeaktionen an die eigene Organisation über die vertraulichen Vertriebsorganisationsberichte, die vom Unternehmen bereitgestellt werden, durchgeführt werden.
4. Die Verwendung von Hashtags oder Links auf irgendeiner Website oder Gruppe von Modere oder Beiträge im Zusammenhang mit Modere auf einer Social Media-Plattform, die Social Marketer auf die eigenen, unabhängigen Geschäftstools oder -dienstleistungen aufmerksam machen, sowie auf irgendwelchen anderen Seiten mit entsprechender Werbung, die mit den eigenen unabhängigen Geschäftstools oder -dienstleistungen verknüpft werden, ist untersagt. Wenn im Zusammenhang mit dem unabhängigen Geschäft Inhalte auf persönlichen Social-Media-Plattformen veröffentlicht werden, sollten keine anderen Social Marketer in dem betreffenden Beitrag „getaggt“ werden.
5. Bei der Erhebung personenbezogener Daten über unabhängige Unternehmen müssen Social Marketer alle Anstrengungen unternehmen, bestehende Social Marketer von Modere zu identifizieren und die Geschäftsaktivitäten mit diesen im Einklang mit den Bedingungen der Richtlinien und Verfahren abzuwickeln.
6. Es ist nicht zulässig, ihrer Organisation gegenüber zu erklären oder zu implizieren, dass diese ihre Materialien oder Dienstleistungen nutzen müssen.

4.24.3 SOCIAL MARKETER-WEBSITES

Wenn ein Social Marketer über eine Internet-Website Werbung für sein Geschäft betreiben möchte, kann er dies über die offizielle Social Marketer-Webseite des Unternehmens unter Verwendung offizieller Modere-Vorlagen tun. Alternativ dazu können Social Marketer ihre eigenen Websites entwickeln. Dabei gilt jedoch Folgendes: Jeder Social Marketer, der dies tut, muss (a) den Text der offiziellen Website des Unternehmens verwenden; er darf (b) den Inhalt seiner Website nicht durch Textinhalte aus einer anderen Quelle als Modere ergänzen; und (c) er muss im Hinblick auf die Sicherheit und den Schutz personenbezogener Daten alle aktuellen gesetzlichen Vorschriften einhalten. Social Marketer, die ihre eigenen Websites entwickeln oder veröffentlichen, müssen ihre Website(s) bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) registrieren und zunächst eine schriftliche Genehmigung einholen, bevor sie ihre Website(s) öffentlich verfügbar machen dürfen.

4.24.3.1 – Die Nichtregistrierung einer Website stellt eine wesentliche Verletzung dieser Richtlinien und Verfahren dar.

4.24.3.2 – Social Marketer dürfen Modere-Produkten weder direkt noch indirekt auf oder über eine Online-Auktion oder Kleinanzeigen-Website oder einen Online-Marktplatz anbieten oder solche Angebote ermöglichen.

4.24.4 – MODERE-RICHTLINIE FÜR SOZIALE MEDIEN

Zum Schutz des Social Marketers und zum Schutz von Modere hat Modere die folgenden Richtlinien aufgestellt, die für Handlungen des Social Marketers im Hinblick auf die Verwendung von Websites in den sozialen Medien bei der Führung eines Modere-Geschäfts zugrunde zu legen sind.

1. Modere Social Marketer können sich für ihre eigene Präsenz oder die Präsentation ihrer Geschäftstätigkeit in den sozialen Medien entscheiden, wobei gilt, dass eine solche Präsenz nicht die Zustimmung von Modere zu den Inhalten bedeutet. Dabei muss sich ein Modere Social Marketer eindeutig als „unabhängiger Modere Social Marketer“ zu erkennen geben. Modere Social Marketer tragen die alleinige Verantwortung für Informationen, die sie auf einem sozialen Medium veröffentlichen.
2. Bei der Verwendung sozialer Medien in Verbindung mit einer Modere-Tätigkeit müssen sich die Modere Social Marketer so verhalten, dass sie stets die Modere-Richtlinien und -Verfahren einhalten, wobei sie stets die Bestimmungen im Hinblick auf die Nutzung der sozialen Medien oder Dienstleistungen berücksichtigen müssen.
3. Modere-Social Marketer dürfen keine Modere-Warenzeichen als Teil ihres Benutzernamens / ihres Alias, ihrer Gruppenbezeichnungen, Geschäfts-Websites oder Website-Namen verwenden. Ungeachtet des Vorstehenden können Social Marketer auf diese Weise einen Benutzernamen oder Seitennamen erstellen: „Name des Social Marketers – Unabhängiger Modere Social Marketer“.
4. Ein Modere Social Marketer muss auf Aufforderung von Modere sämtliches Material zurückziehen, das von Modere als Verletzung dieser Richtlinie erachtet wird.
5. Modere Social Marketer dürfen in sozialen Medien nicht ausdrücklich für den Verkauf von Modere-Produkten werben oder versuchen, Modere-Produkte über soziale Medien zu verkaufen oder die sozialen Medien in einer anderen Weise nutzen, um unaufgefordert Dritte zu Verkaufszwecken zu kontaktieren.
6. Modere Social Marketer dürfen über soziale Medien keine Spam-Mails erstellen oder unaufgefordert Werbenachrichten über soziale Medien an andere Personen verschicken.
7. Modere Social Marketer dürfen Personen auf ihre personalisierte Modere-Website oder auf die offizielle Social Marketer-Website des Unternehmens verweisen, sie dürfen aber nicht versuchen, individuelle Geschäftsabschlüsse über die Websites sozialer Medien zu tätigen, oder Tätigkeiten mit dem Ziel des Anwerbens über soziale Medienseiten entfalten bzw. Dienste anbieten. Wenn jemand über ein soziales Medium gegenüber einem Modere Social Marketer Interesse am Modere-Geschäft bekundet, muss der Social Marketer das Gespräch mit der betreffenden Person privat weiterführen und nicht über das öffentliche Forum des sozialen Mediums. Die Veröffentlichung von Informationen über geschäftliche Veranstaltungen ist erlaubt, solange die Veranstaltung eindeutig als geschäftliche Veranstaltung ausgewiesen ist.
8. Alle Aussagen über Modere-Produkte oder das Modere-Geschäft müssen der offiziellen Modere-Literatur entsprechen.
9. Die Veröffentlichung von für Lifestyle, Prämien oder das Einkommen relevanten Materialien ist untersagt. Dazu gehören u. a. Erfolgsstories, Videos und Äußerungen zu Anerkennungen und zum Einkommen.
10. Modere unterstützt die Nutzung verschiedener Community-Gruppen und -Foren, die speziell für den Austausch von Informationen mit potenziellen Kunden vorgesehen sind. Das Hinzufügen eines potenziellen Kunden zu einem solchen Forum bedarf der vorherigen Genehmigung dieses potenziellen Kunden. Nachdem ein Social Marketer von einem anderen Social Marketer zu einem Forum hinzugefügt wurde, darf kein Versuch unternommen werden, von diesem Social Marketer potenzielle Kunden abzuwerben oder diese dazu zu verleiten, im Widerspruch zum Abschnitt „[Cross-Sponsoring](#)“ der eigenen Organisation beizutreten.
11. Modere Social Marketer dürfen keine abfälligen oder negativen Kommentare über andere Personen, Unternehmen oder Produkte von anderen Unternehmen veröffentlichen.

12. Modere Social Marketer erklären sich damit einverstanden, Modere im Hinblick auf etwaige Kosten oder Schäden schadlos zu halten, die sich aus Gerichtsverfahren infolge der vorsätzlichen Verwendung der Websites oder Dienste sozialer Medien durch den Modere Social Marketer ergeben.
13. Im Fall einer Löschung des Modere Social Marketer-Status ist der betreffende Social Marketer verpflichtet, innerhalb von sieben (7) Tagen alle Verweise auf Modere aus den Nachrichten auf seinem sozialen Medienkonto zu löschen.

4.24.5 DOMAINNAMEN UND E-MAIL-ADRESSEN

Social Marketer dürfen die Handelsnamen, Warenzeichen, Dienstleistungsnamen, Dienstleistungsmarken und Produktnamen von Modere, den Namen des Unternehmens oder irgendwelche Ableitungen davon nicht als eigenen Internet-Domainnamen verwenden oder versuchen, diesen eintragen zu lassen. Ebenso wenig dürfen Social Marketer diese Marken als Teil ihrer E-Mail-Adressen verwenden.

4.24.6 WARENZEICHEN UND URHEBERSCHUTZRECHTE

Die Verwendung der Handelsnamen, Warenzeichen, Entwürfe oder Symbole von Modere durch irgendeine Person, einschließlich der Social Marketer von Modere, ist ohne die vorherige schriftliche Genehmigung von Modere nicht gestattet. In diesem Zusammenhang sei außerdem darauf hingewiesen, dass Modere Social Marketer kein Angebot für geschützte Modere-Schlüsselwörter abgeben und keine nicht genehmigten Abbildungen in kostenpflichtigen Werbeanzeigen, wie z. B. bei Google Ads oder Facebook Ads, nutzen dürfen. Darüber hinaus dürfen Social Marketer aufgezeichnete Unternehmensveranstaltungen und Ansprachen nicht ohne schriftliche Genehmigung von Modere zum Kauf oder zur Weiterverbreitung anbieten und auch keine Aufzeichnungen von Audio- oder Videopräsentationen des Unternehmens zwecks Verkauf oder persönlicher Verwendung reproduzieren. Der Name „Modere“, die Produktnamen von Modere und alle sonstigen Namen und Bezeichnungen, die von Modere übernommen wurden, sind geschützte Handelsnamen, Warenzeichen und Dienstleistungsmarken von Modere. Als solche sind diese Marken für Modere von großem Wert und werden den Social Marketern nur zur Verwendung in der ausdrücklich genehmigten Art und Weise zur Verfügung gestellt. Der Aufdruck des Namens „Modere“ auf einem Produkt, das nicht von Modere hergestellt wurde, ist untersagt, außer auf folgende Weise:

Name des Social Marketers
Unabhängiger Modere Social Marketer

Alle Social Marketer dürfen sich als „unabhängige Modere Social Marketer“ in den Weißen oder Gelben Seiten des Telefonverzeichnisses unter ihrem eigenen Namen aufführen lassen. Es ist den Social Marketern nicht gestattet, im Telefonverzeichnis Anzeigen zu schalten, in denen Name oder Logo von Modere erscheinen. Social Marketer dürfen sich am Telefon nicht mit „Modere“, „Modere Incorporated“ oder in einer anderen Weise melden, die den Anrufer glauben lässt, er habe die Büros von Modere angewählt.

4.24.7 INTERVIEWS IN MASSENMEDIEN UND ANDEREN MEDIEN

Social Marketer dürfen keine Arten von Medien oder anderen Massen-Kommunikationsmethoden nutzen, um die Produkte zu bewerben, einschließlich Massenkommunikationswerbung im Internet. Dazu gehören Nachrichten oder Werbeprodukte in Fernsehsendungen, Nachrichtensendungen, Unterhaltungsshow, Internetanzeigen usw. Die Produkte dürfen ausschließlich im persönlichen Kontakt oder mithilfe der vom Unternehmen ausgegebenen und bereitgestellten Dokumente bzw. von Social Marketern gemäß diesen Richtlinien und Verfahren beworben werden. Social Marketer können in Rechtsräumen, die diese Art von Werbung zulassen, allgemeine Werbeanzeigen platzieren, jedoch nur gemäß den Richtlinien und Verfahren von Modere. Social Marketer dürfen die Produkte (oder Ergebnisse, Vorteile, Inhaltsstoffe usw. von Produkten auf allgemeine bzw. andere nicht-direkte Weise) oder Möglichkeiten weder in Interviews mit den Medien, noch in Artikeln in Veröffentlichungen, Nachrichtenberichten oder anderen öffentlichen Informationen, im Handel oder in Brancheninformationen bewerben, sofern dies nicht ausdrücklich schriftlich von Modere genehmigt wurde. Dazu gehören auch private, bezahlte Mitgliedschaften oder Veröffentlichungen in „geschlossenen Gruppen“. Social Marketer dürfen weder im Namen des Unternehmens mit den Medien sprechen noch dürfen sie behaupten, sie seien vom Unternehmen autorisiert, um in dessen Auftrag zu sprechen. Alle Medienkontakte oder Medienanfragen sollten umgehend an die Abteilung Public Relations von Modere weitergeleitet werden, indem diese direkt an die Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance (compliance@modere.eu) übermittelt werden.

4.24.8 ANZEIGEN „UNTERSTÜTZUNG GESUCHT“

Social Marketer dürfen keine Anzeigen in der Rubrik „Unterstützung gesucht“ in Zeitungen, Zeitschriften, auf Websites oder in sonstigen Medien schalten. Unter keinen Umständen darf ein Social Marketer eine Werbeanzeige zur Suche nach neuen Social Marketer schalten, in der er eine Beschäftigungsmöglichkeit anbietet oder in Aussicht stellt. Sämtliche Werbeanzeigen müssen unabhängig von den genutzten Medien darauf hinweisen, dass das Modere-Programm die Gelegenheit bietet, ein eigenes, unabhängiges Geschäft zu betreiben.

4.24.9 SPAMMING UND UNAUFGEFORDERTE KOMMUNIKATION

Mit Ausnahme der im vorliegenden Abschnitt genannten Bedingungen dürfen Social Marketer keine unaufgeforderten Faxe, Massen-E-Mails, unaufgeforderte E-Mails oder Textnachrichten (SMS) bzw. irgendwelche anderen Arten elektronischen Spams im Zusammenhang mit der Führung ihres Modere-Geschäfts nutzen oder übertragen. Mit dem Begriff „unaufgefordert“ ist die Übertragung von jedweden nicht erbetenem Material zwecks Werbeinformation oder Werbung für Modere, dessen Produkte, dessen Vergütungsplan oder andere Aspekte des Unternehmens gemeint, die an eine Person übermittelt werden. Dieser Begriff „unaufgefordert“ beinhaltet keine Mitteilungen, die (a) an eine Person mit deren vorheriger ausdrücklicher Einladung oder Zustimmung weitergeleitet werden; oder (b) an eine Person weitergeleitet werden, mit der der Social Marketer eine bestehende geschäftliche oder persönliche Beziehung unterhält. Der Begriff „bestehende geschäftliche oder persönliche Beziehung“ weist auf eine frühere oder aktuelle Beziehung hin, die aus der freiwilligen gegenseitigen Kommunikation zwischen einem Social Marketer und einer Person auf folgender Grundlage entstanden ist: (1) auf der Grundlage einer Anfrage, eines Antrags, eines Kaufs oder einer Transaktion durch besagte Person in Bezug auf Produkte, die von besagtem Social Marketer beworben werden; oder (2) auf der Grundlage einer persönlichen oder familiären Beziehung, die nicht zuvor von einer der Parteien beendet wurde.

4.25 TELEMARKETING-TECHNIKEN

Die Nutzung von automatisierten telefonischen Werbesystemen oder „Boiler-Room“-Telemarketing-Verfahren in Verbindung mit dem Marketing oder der Verkaufsförderung von Modere, seinen Produkten oder dem Modere-Geschäft ist untersagt.

4.26 KOMMERZIELLE EINZELHANDELSGESCHÄFTE

Modere unterstützt insbesondere den Einzelhandel und den Verkauf seiner Produkte und Dienstleistungen über persönliche Direktkontakte und über die offizielle Website des Unternehmens. Mit dem Ziel der Stärkung dieser Marketingmethode und der Unterstützung zur Bereitstellung eines Fairness-Standards für seine Social Marketer-Basis untersagt Modere den Social Marketer im Allgemeinen die Ausstellung oder den Verkauf von Modere-Produkten und -Dienstleistungen in einem Einzelhandelsgeschäft oder Dienstleistungsbüro. Unbeschadet des Vorstehenden und soweit es gemäß den jeweils geltenden Gesetzen erlaubt ist, können Modere-Produkte in Heilbädern, Frisör- oder Kosmetiksalons, Sonnenstudios, Fitnessstudios oder -clubs und in Arztpraxen ausgestellt werden, wenn die Ärzte in dem Land, in denen sich ihre Praxis befindet, zugelassen sind. Zudem muss das Unternehmen oder jemand in besagtem Unternehmen ein Social Marketer sein und es muss zu den Geschäftsöffnungszeiten jederzeit eine Person präsent sein, die sich mit den Modere-Produkten und -Dienstleistungen auskennt.

4.26.1 FRANKREICH

VDI Mandataire, die als Modere Social Marketer aktiv sind, dürfen keine Modere-Produkte und -Dienstleistungen verkaufen.

4.27 MESSEN, AUSSTELLUNGEN UND SONSTIGE VERKAUFSFOREN

Social Marketer können Modere-Produkte auf Messen und Fachausstellungen ausstellen. Bevor jedoch eine Anmeldung beim Veranstalter erfolgen kann, müssen Social Marketer die Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) schriftlich um eine bedingte Genehmigung bitten, denn die Modere-Richtlinien besagen, dass nur ein Modere-Geschäft pro Veranstaltung zugelassen werden kann. Die endgültige Genehmigung wird dem ersten Social Marketer erteilt, der eine offizielle Werbeanzeige der Veranstaltung, eine Kopie des vom Social Marketer und Veranstalter unterzeichneten Vertrags und eine Quittung über die bezahlte Standgebühr einreicht. Eine Genehmigung wird nur für die angegebene Veranstaltung erteilt. Anfragen zur Teilnahme für zukünftige Veranstaltungen müssen erneut bei Modere eingereicht werden. Modere behält sich zudem das Recht vor, die Genehmigung für die Teilnahme an einer Veranstaltung zu verweigern, wenn das Unternehmen die Veranstaltung nicht für ein geeignetes Forum für die Verkaufsförderung seiner Produkte,

Dienstleistungen oder des Modere-Geschäfts hält. Tauschbörsen, Garagenflohmärkte, Trödelmärkte oder Bauernmärkte werden nicht genehmigt, da diese Veranstaltungen nicht das von Modere gewünschte professionelle Image fördern.

4.28 STAATLICHE GENEHMIGUNG ODER UNTERSTÜTZUNG

Weder bundesstaatliche noch örtliche Aufsichtsbehörden oder Beamte genehmigen oder unterstützen die Direktverkaufs- oder Netzwerk-Marketing-Unternehmen oder -Programme. Daher dürfen Social Marketer nicht zusichern oder andeuten, dass Modere oder sein Vergütungsplan staatlich „genehmigt“, „unterstützt“ oder anderweitig gebilligt werden.

4.29 DIREKTVERKAUFSVERBÄNDE

Da Modere Mitglied von nationalen und internationalen Direktverkaufsverbänden ist, müssen Social Marketer die geltenden Verhaltensstandards dieser Verbände, die für die Mitglieder und ihre unabhängigen Vermarkter aufgestellt wurden, im Rahmen ihrer Geschäftsführung strengstens befolgen.

4.29.1 FRANKREICH

Social Marketer mit einer Rechnungsadresse in Frankreich sind verpflichtet, den [Code éthique de la Vente Directe](#) (Verhaltenskodex) der *Fédération de la Vente Directe* (frz. Direktverkaufsverband) einzuhalten, abrufbar auf dessen Website www.fvd.fr.

4.29.2 VEREINIGTES KÖNIGREICH

Social Marketer mit einer Rechnungsadresse im Vereinigten Königreich sind verpflichtet, den [Code of Business Conduct](#) (Verhaltenskodex) der *Direct Selling Association* (brit. Direktverkaufsverband) einzuhalten, abrufbar auf dessen Website www.dsa.org.uk.

4.30 EINHALTUNG DER GESETZE UND RECHTSVERORDNUNGEN

Social Marketer müssen jederzeit die Gesetze und Vorschriften der Länder, in denen sie ihr Modere Social Marketer-Geschäft betreiben, respektieren. Social Marketer müssen auch die Gesetze und Vorschriften respektieren, die grenzüberschreitend wirksam sind, einschließlich der EU-Verordnung 2016 / 679 (Datenschutz-Grundverordnung oder „DSGVO“).

Im Hinblick auf die DSGVO müssen Social Marketer:

- a. angemessene technische, physische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen treffen, um die Vertraulichkeit und Integrität von personenbezogenen Daten, die sie gemäß dieser Vereinbarung verarbeiten, angemessen zu gewährleisten;
- b. nur mit solchen Auftragnehmern und/oder Unterauftragnehmern arbeiten, die mit diesem Abschnitt übereinstimmende Sicherheits- und Vertraulichkeitsgarantien bieten können;
- c. Modere unverzüglich schriftlich über Folgendes informieren:
 - i. wenn ein Antrag von einer betroffenen Person eingeht, der zum Ziel hat, die personenbezogenen Daten einzusehen, zu korrigieren, zu löschen, zu übertragen, zu beanstanden oder deren Verarbeitung zu beschränken, wie in dieser Vereinbarung vorgesehen;
 - ii. wenn irgendwelche Anfragen oder Beschwerden von Modere-Kunden, Social Marketerern oder Mitarbeitern eingehen;
 - iii. wenn irgendwelche Anfragen, Beschwerdeprüfungen oder sonstigen Fragen von einer Datenschutzbehörde eingehen; und
 - iv. bei jeglicher Anfrage zwecks Offenlegung von Informationen von einer öffentlichen Instanz bezüglich der Verarbeitung personenbezogener Daten gemäß dieser Vereinbarung.

In vielen Ländern gibt es Gesetze, die bestimmte Arten von Heimarbeit regulieren. In manchen Fällen gelten diese Rechtsverordnungen aufgrund der Art des Geschäfts nicht für Social Marketer. Dennoch müssen Social Marketer stets alle Gesetze beachten, die auf sie Anwendung finden.

4.31 NICHT AUTORISIERTE AUSSAGEN UND HANDLUNGEN

4.31.1 AUSSAGEN ZU EINKÜNFTE

Bei allem Enthusiasmus bezüglich des Sponsorings potenzieller Social Marketer lassen sich manche Social Marketer gelegentlich dazu verleiten, bestimmte Aussagen zur Einkommenslage oder Ertragsversprechungen zu machen, um die inhärente Stärke des Netzwerk-Marketings zu beweisen. Dies ist kontraproduktiv, weil neue Social Marketer sehr schnell enttäuscht sein können, wenn sich die Ergebnisse bei ihnen nicht in demselben Maße oder nicht so schnell wie bei anderen einstellen. Darüber hinaus gibt es in zahlreichen Ländern Gesetze oder Verordnungen, die bestimmte Arten von Einkommensversprechungen und Empfehlungen von Personen, die im Netzwerk-Marketing arbeiten, einschränken oder gar verbieten. Daher dürfen Social Marketer keine Einkommensprognosen, Aussagen über Einkünfte oder Versprechungen machen bzw. ihr Modere-Einkommen oder das Einkommen eines anderen Modere Social Marketers offenlegen (dazu zählt auch das Vorlegen von Provisionsaufstellungen, Kopien von Aufstellungen, Kontoauszügen oder Steuerbescheiden).

4.31.2 AUSSAGEN ÜBER PRODUKTE

Aussagen (einschließlich persönlicher Empfehlungen) über die therapeutischen, heilenden oder wohltuenden Eigenschaften von Produkten, die von Modere angeboten werden, sind nicht zulässig, es sei denn, es handelt sich um Aussagen, die in offiziellen Modere-Unterlagen zu finden sind. Insbesondere darf kein Social Marketer die Behauptung aufstellen, dass Modere-Produkte bei der Heilung, Behandlung, Diagnose, Linderung oder Vorbeugung von Krankheiten helfen. Solche Aussagen können den Anschein erwecken, dass medizinische oder einem Arzneimittel zugesprochene Wirkungen erzielt werden. Derartige Behauptungen stehen nicht nur in Konflikt mit den Modere-Richtlinien, sondern verstoßen möglicherweise auch gegen die jeweils geltenden Gesetze und Verordnungen, insbesondere gegen die Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben sowie die Verordnung (EG) Nr. 1223/2009 über kosmetische Mittel.

4.31.3 ENTSCHÄDIGUNG

Ein Social Marketer trägt für alle seine mündlichen und schriftlichen Aussagen bezüglich der Produkte und Dienstleistungen von Modere sowie bezüglich des Vergütungsplans, die nicht ausdrücklich in offiziellen Modere-Unterlagen enthalten sind, die volle Verantwortung. Die Social Marketer erklären sich damit einverstanden, Modere sowie dessen Geschäftsführer, leitenden Angestellten, Mitarbeiter und Bevollmächtigten hinsichtlich sämtlicher Haftpflichtansprüche schadlos zu halten. Dazu zählen Urteile, Zivilstrafen, Rückerstattungen, Anwaltshonorare, Gerichtskosten oder Geschäftsausfälle auf Seiten von Modere infolge nicht autorisierter Aussagen oder Handlungen seitens des Social Marketers. Diese Bestimmung besteht auch nach Beendigung der Social Marketer-Vereinbarung fort.

4.32 MODERE-VERANSTALTUNGEN

Von Zeit zu Zeit organisiert Modere Konferenzen und Schulungen. Den Teilnehmern an solchen Veranstaltungen ist es untersagt, sich untereinander in irgendeiner Art und Weise über Geschäftsgelegenheiten auszutauschen, die nicht mit Modere in Verbindung stehen, es sei denn, sie haben zuvor dafür die Genehmigung von Modere erhalten. Aufzeichnungsgeräte sind bei solchen Veranstaltungen nicht zugelassen. Die Präsentationen, Mitteilungen und Informationen, die von einem Social Marketer bei Treffen und Weiterbildungsveranstaltungen dargeboten werden, müssen ausdrückliche oder angedeutete diskriminierende oder beleidigende Bezüge zu politischen, sexuellen, religiösen oder ethnischen Fragen vermeiden. Etwaige Teilnahmegebühren für Konferenzen oder Schulungen dieser Art sind nicht erstattungsfähig.

4.33 VON SOCIAL MARKETERN ORGANISIERTE VERANSTALTUNGEN

Social Marketer müssen dafür Sorge tragen, dass Einladungen an potenzielle Kunden und Social Marketer zur Teilnahme an solchen Präsentationen wahrheitsgetreu und korrekt sind, eindeutig den Zweck der Veranstaltung nennen, die Modere-Produkte beschreiben und den Namen und die Anschrift des/der Promoter/s enthalten.

4.33.1 DAS VEREINIGTE KÖNIGREICH

Einladungen sollten folgende Formulierung enthalten: „Es ist einem Promoter oder einem Teilnehmer an einem Handelssystem gesetzlich verboten, jemanden zu überreden, eine Zahlung zu tätigen, indem man ihm Gewinne dafür verspricht, wenn er andere dazu bringt, an einem System teilzunehmen. Lassen Sie sich nicht von Behauptungen täuschen, nach denen auf einfache Weise hohe Gewinne erreichbar seien.“

ABSCHNITT 5: VERANTWORTUNG VON SOCIAL MARKETERN

5.1 ÄNDERUNG VON PERSONENBEZOGENEN DATEN

Wenn sich die personenbezogenen Daten eines Social Marketers, die gemäß diesem Vertrag erfasst wurden, ändern, muss der Social Marketer Modere selbst schriftlich über die Änderung informieren oder die personenbezogenen Daten über sein Konto auf der Modere-Website oder ShiftingRetail, je nach Situation, aktualisieren. Alle Mitteilungen an Modere bezüglich der Änderung personenbezogener Daten müssen von der E-Mail-Adresse, die Modere gemäß dieser Vereinbarung bereitgestellt wurde, an Modere übermittelt werden.

5.2 JÄHRLICHE SOCIAL MARKETER-GEBÜHR

Social Marketer müssen eine Gebühr am Jahrestag ihrer Aufnahme als Modere Social Marketer zahlen. Modere erhebt eine angemessene Social Marketer-Gebühr zwecks Erstattung sämtlicher Ausgaben, die mit der Verwaltung des Modere Social Marketer-Kontos verbunden sind, einschließlich des Zugriffs auf den Privatbereich unter ShiftingRetail. Social Marketer sind gehalten, die jährliche Social Marketer-Gebühr zum jeweiligen Jahrestag zu zahlen. Die Social Marketer-Gebühr kann zum Jahrestag automatisch von einer Kreditkarte abgebucht oder mit den vom Social Marketer nach dem betreffenden Datum erzielten Gewinnen verrechnet werden. Wenn die erforderliche Zahlung nicht beglichen wird, führt dies zur Beendigung des Social Marketer-Kontos, womit der Social Marketer alle Titel, Rechte und Ansprüche im Hinblick auf die Vertriebsorganisation des Social Marketers verliert. Die Höhe der jährlichen Social Marketer-Gebühr wird von Modere auf ShiftingRetail bekannt gegeben.

5.3 VERPFLICHTUNG ZUR WEITERENTWICKLUNG

5.3.1 LAUFENDE SCHULUNGEN

5.3.1.1 - Ein Social Marketer, der einen oder mehrere andere Social Marketer bei Modere sponsert, muss Unterstützung und Schulung bieten, um zu gewährleisten, dass diese die Vertriebsorganisation ihres Modere-Geschäfts ordnungsgemäß betreiben. Social Marketer müssen mit den anderen Social Marketer ihrer Vertriebsorganisation laufend in Kontakt stehen. Beispiele für solche Kontakte und Mitteilungen sind insbesondere Newsletter, schriftliche Korrespondenz, persönliche Treffen, Telefonate, Sprachnachrichten, E-Mails und die Begleitung von Social Marketer innerhalb ihrer Vertriebsorganisation zu Modere-Konferenzen, Schulungen und anderen Funktionen. Upline Social Marketer sind zudem dafür verantwortlich, neue Social Marketer zu motivieren und in das Modere-Produktwissen, in effektive Verkaufstechniken, den Modere-Vergütungsplan und die Einhaltung der Unternehmensrichtlinien und -verfahren einzuweisen. Bei der Kommunikation und der Einweisung von Social Marketer dürfen Social Marketer jedoch nicht gegen den Abschnitt zur Entwicklung von Verkaufshilfen und Werbematerial verstoßen. Social Marketer müssen die anderen Social Marketer in ihrer Vertriebsorganisation beaufsichtigen, um zu gewährleisten, dass diese Social Marketer keine unangemessenen Produkt- oder Geschäftsaussagen aufstellen oder rechtswidrige oder unangemessene Verhaltensweisen an den Tag legen. Auf Aufforderung muss jeder Social Marketer in der Lage sein, Modere dokumentierte Nachweise über die laufende Einhaltung der Verantwortlichkeiten eines Enrolment Sponsors vorzulegen.

5.3.1.2 – Wenn Sie ein Social Marketer mit Elite-Rang sind, werden Sie vom Unternehmen als Social Marketer Leader vergütet, öffentlich anerkannt und anderweitig promotet. Als Social Marketer mit Elite-Rang wird von Ihnen erwartet, dass Sie die folgenden zusätzlichen Fortbildungsverpflichtungen erfüllen:

- a. Der Elite Social Marketer verpflichtet sich, den regelmäßigen direkten Kontakt mit bestehenden Social Marketer Leadern (Director und höher) in seinem Unternehmen zu pflegen.

- b. Der Elite Social Marketer muss ein sichtbares öffentliches Engagement in den sozialen Medien unterhalten, zum Beispiel mit mindestens 2 Posts pro Monat mit klarer Verbindung zu und/oder Bezug auf Modere.
- c. Der Elite Social Marketer muss monatlich mindestens 2 Schulungsmeetings für die Organisation (mögliche Formate beinhalten persönliche Treffen, Zoom-Meetings, oder andere webbasierte Meetings, oder Konferenzgespräche) veranstalten.
- d. Der Elite Social Marketer setzt sich nach besten Kräften dafür ein, jeden Monat an vom Unternehmen veranstalteten Informations- und Strategie-Konferenzen teilzunehmen (mögliche Formate beinhalten Zoom-Meetings, oder andere webbasierte Meetings, oder Konferenzgespräche).
- e. Der Elite Social Marketer erklärt sich einverstanden, nach Möglichkeit an Veranstaltungen des Unternehmens (d. h. Social Retail Conference, Escape und andere regionale oder virtuelle Veranstaltungen) teilzunehmen. Etwaige Umstände, die eine Teilnahme verhindern könnten, sollten so früh wie möglich mitgeteilt werden. Ist eine Teilnahme nicht möglich, wird der Social Marketer sich mit der Organisationsleitung des Events in Verbindung setzen, um eine Teilnahme möglich zu machen.

Wenn Sie eine dieser Verpflichtungen nicht erfüllen, führt dies dazu, dass Ihr Social Marketer-Konto mit potenziellen Maßnahmen belegt und Konsequenzen in Übereinstimmung mit Abschnitt „[Streitschlichtung und Disziplinarverfahren](#)“ getroffen werden. Darüber hinaus wird Ihr Social Marketer-Konto von einer Vergütung für den Rang Elite 1 oder höher ausgeschlossen, einschließlich, jedoch nicht beschränkt auf Leadership-Entwicklungsbonus, den Team Builder-Bonus, Elite-Levels von Generational Unilevel-Provisionen und den 4 & More Elite Bonus sowie jedwede Updates oder Änderungen am Vergütungsplan für Social Marketer in Ihrer Organisation, bis Sie nachweislich bewiesen haben, dass die vorgeschriebenen Verpflichtungen erfüllt sind.

5.3.2 LAUFENDE VERKAUFSVERANTWORTLICHKEITEN

Unabhängig von ihrem Leistungsniveau sind Social Marketer stets verpflichtet, weiterhin persönlich Verkaufsförderung zu betreiben, indem sie neue Kunden gewinnen.

5.4 VERUNGLIMPFUNGSVERBOT

Modere möchte seinen unabhängigen Social Marketern die bestmöglichen Produkte, Vergütungspläne und Dienste in der Branche zur Verfügung stellen. Entsprechend werden konstruktive Kritik und Kommentare geschätzt. Sie sollten Modere schriftlich mitgeteilt werden. Auch wenn Modere konstruktive Beiträge begrüßt, erfüllen negative Kommentare und Bemerkungen, die von Social Marketern über das Unternehmen, seine Produkte oder Vergütungspläne bei der Ausübung ihrer Tätigkeit gemacht werden, keinen Zweck, außer, dass sie die Begeisterung anderer Modere Social Marketer negativ beeinflussen. Aus diesem Grund, und um ihrer Vertriebsorganisation ein gutes Vorbild zu sein, dürfen Social Marketer Modere, andere Modere Social Marketer, Modere-Produkte, den Vergütungsplan oder die Direktoren, leitenden Angestellten oder Mitarbeiter von Modere nicht verunglimpfen, erniedrigen oder sich negativ über sie äußern.

5.5 SCHÄDIGENDES VERHALTEN

Wenn das Verhalten eines Social Marketers oder irgendeines Teilnehmers am Social Marketer-Konto nach Meinung des Unternehmens als verletzend oder schädlich für das Unternehmen oder einen anderen Social Marketer ist, kann das Unternehmen angemessene Maßnahmen gegen den betreffenden Social Marketer ergreifen, wie im Abschnitt „[Streitschlichtung und Disziplinarverfahren](#)“ dargelegt.

5.6 DATENSCHUTZ UND VERBRAUCHERDATEN

Social Marketer müssen die Vertraulichkeit der Verbraucher und Besucher ihrer persönlichen Website wahren, indem sie sich an die Datenschutzgesetze jedes einzelnen Landes halten, einschließlich der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), aus denen sie Kundendaten erhalten.

Social Marketer müssen angemessene Schritte ergreifen, um alle vertraulichen personenbezogenen Daten, die von einem (Einzelhandels-) Kunden, potenziellen (Einzelhandels-) Kunden oder anderen Social Marketern bereitgestellt werden, zu schützen, zu sichern und diese geheim zu halten. Gleiches gilt für alle personenbezogenen Daten, die ihnen von Modere über die Vertriebsorganisationsberichte und andere Dokumente bereitgestellt werden. Social Marketer sind für die sichere Handhabung und Speicherung aller Dokumente verantwortlich, die solche persönlichen und vertraulichen Informationen enthalten könnten. Social Marketer müssen angemessene administrative, technische und

physische Sicherheitsmaßnahmen ergreifen, implementieren und aufrechterhalten, um die Sicherheit von vertraulichen Informationen und personenbezogenen Daten in Bezug auf mögliche Risiken und Gefahren zu schützen. Zu den angemessenen Schutzmaßnahmen zählen unter anderem folgende Maßnahmen: (i) Die Verschlüsselung von Daten, bevor diese elektronisch übertragen werden; (ii) das Speichern von Aufzeichnungen an einem sicheren Ort; (iii) Kennwortschutz für Computerdateien; oder (iv) die Aktenvernichtung, sofern in diesen vertrauliche Informationen oder personenbezogene Daten enthalten sind. Social Marketer sollten Dokumente nur so lange aufbewahren, wie die darin enthaltenen Informationen erforderlich sind, um eine Transaktion abzuschließen oder gesetzliche Auflagen zu erfüllen. Social Marketer müssen alle Akten oder elektronischen Unterlagen, die personenbezogene Daten und andere vertrauliche Informationen enthalten, nach deren Nutzung entsorgen, indem sie alle angemessenen Schritte ergreifen, um die Informationen zu vernichten. Dazu zählen: (a) Schreddern; (b) dauerhaftes Löschen und Vernichten; oder (c) das Ändern der personenbezogenen Daten und anderer vertraulicher Informationen in den betreffenden Unterlagen, damit diese unleserlich, nicht wiederherzustellen und nicht mehr zu entziffern sind.

Social Marketer müssen an einer gut sichtbaren Stelle auf ihrer persönlichen Website eine „Datenschutzerklärung“ platzieren, die Kunden darüber informiert, ob personenbezogene Daten erfasst werden oder nicht, und wie diese Informationen verarbeitet werden. Social Marketer dürfen Daten von Verbrauchern oder Besuchern der Website nicht verkaufen oder damit handeln. Social Marketer dürfen solche Informationen nur in Verbindung mit ihrer Modere-Geschäftstätigkeit verwenden. Wenn eine Person oder eine Organisation verlangt, dass ihre Informationen nicht verarbeitet werden, muss der Social Marketer diese Anfrage unverzüglich anerkennen und Modere unmittelbar darüber informieren, wie im Abschnitt „Einhaltung der Gesetze und Rechtsverordnungen“ vorgegeben. Das Nichtbefolgen der Anforderungen der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und dieser Richtlinien stellt eine Verletzung dieser Vereinbarung dar, was weitere Disziplinarmaßnahmen gemäß Abschnitt 12 der Richtlinien und Verfahren für das Social Marketer-Konto zur Folge hat.

5.7 MELDUNG VON RICHTLINIENVERSTÖßEN

Social Marketer, die Zeugen eines Richtlinienverstoßes durch einen anderen Social Marketer sind, müssen diesen Verstoß unmittelbar schriftlich bei der Abteilung für Social Marketer-Weiterbildung und Compliance von Modere (compliance@modere.eu) melden. Einzelheiten zu den Vorkommnissen, wie z. B. Datum, Häufigkeit, beteiligte Personen und sonstige Belege sollten der Meldung beigefügt werden. Aufgrund der Schwierigkeiten bei der Untersuchung und Durchsetzung angemessener Rechtsmittel angesichts veralteter Beanstandungen muss eine Beschwerde hinsichtlich der Verletzung der Bedingungen dieser Vereinbarung, abgesehen von der des Abwerbverbots, innerhalb von achtzehn (18) Monaten nach dem Beginn des vermeintlichen Verstoßes dem Unternehmen zur Kenntnis gebracht werden; Verstöße gegen das Abwerbverbot sind dem Unternehmen innerhalb von sechs (6) Monaten nach der vermeintlichen Verletzung mitzuteilen. Wird der Verstoß nicht innerhalb dieser Frist gemeldet, kann dies dazu führen, dass das Unternehmen die Anschuldigungen nicht verfolgt, um zu verhindern, dass das Unternehmen aufgrund veralteter Beanstandungen negativ beeinflusst wird. Mit dieser Richtlinie verzichtet das Unternehmen jedoch keineswegs auf das Recht, eine Untersuchung im Hinblick auf Social Marketer einzuleiten und Disziplinarmaßnahmen zu ergreifen, wenn ein Social Marketer der veralteten Beanstandungen für schuldig befunden wird.

ABSCHNITT 6: PROVISIONEN UND BONI

6.1 PROVISIONS- UND BONUSQUALIFIZIERUNG

Ein Social Marketer muss aktiv die Bedingungen der Vereinbarung erfüllen, um sich für eine Provision oder einen Bonus zu qualifizieren. Solange ein Social Marketer die Bedingungen der Vereinbarung erfüllt, zahlt Modere diesem Social Marketer Provisionen und Boni gemäß Vergütungsplan. Der Mindestbetrag, für den Modere eine Banküberweisung ausführt, ist auf der offiziellen Social Marketer-Website ShiftingRetail angegeben. Ein Social Marketer kann die Auszahlung seiner Provisionsansprüche in jeglicher Höhe, für die keine Zahlung erfolgt ist, schriftlich von Modere einfordern.

6.1.1 KONTOFÜHRUNGSGEBÜHR

Die Kontoführungsgebühr ist eine Servicegebühr, die Modere für die Berechnung von Provisionen und Boni in Rechnung stellt. Modere erhebt für jeden Monat, für den ein Anspruch auf Provisionen oder Boni besteht, eine Kontoführungsgebühr für ausgezahlte Provisionen und Boni an den Social Marketer. Die aktuelle Gebührenliste ist auf der Website ShiftingRetail veröffentlicht.

6.2 ANPASSUNG DER PROVISIONEN UND BONI

6.2.1 ANPASSUNGEN BEI WARENRÜCKGABE

Social Marketer erhalten sämtliche Provisionen und Boni auf der Basis des tatsächlichen Verkaufs von Produkten und Dienstleistungen an Verbraucher. Wenn ein Produkt zur Rückerstattung an Modere zurückgesendet oder vom Unternehmen zurückgekauft wird, so wird durch diese Rückgabe oder diesen Rückkauf die dem Social Marketer für den Monat der Rückgabe bzw. des Rückkaufs des Produkts zustehende Upline-Provisions- und/oder Bonussumme reduziert.

6.2.2 SONSTIGE ABZÜGE

Modere kann vom Anspruch des Social Marketers auf eine Provision oder einen Bonus Gebühren für vom Social Marketer angeforderte Vertriebsorganisationsberichte und Gebühren für andere Dienste von Modere sowie für sonstige ausstehende Saldi von einem Modere Social Marketer-Konto abziehen. Das Unternehmen behält sich zudem das Recht vor, Beträge von den dem Social Marketer zustehenden Provisionen oder Boni abziehen, als Maßnahme oder Konsequenz gemäß Abschnitt „[Streitschlichtung und Disziplinarverfahren](#)“. Alle erforderlichen Gebühren, die in Rechnung gestellt werden, um Social Marketer zu werden oder zu bleiben, einschließlich sämtlicher zusätzlicher vom Unternehmen angebotener Leistungen (z. B. Online-Schulungen, eCommerce- oder sonstige Internetlösungen, Versandkosten) werden zur Gänze erstattet, falls der Social Marketer seine/ihre Mitgliedschaft innerhalb von 30 Tagen nach Zahlung der Gebühr(en) kündigt. Die erstattungsfähigen Gebühren sind auf die Gebühren begrenzt, die vom Social Marketer in den 30 Tagen vor Kündigung der Vereinbarung gezahlt wurden.

6.3 VERTRIEBSORGANISATIONSBERICHTE

Social Marketer können auf einfache Weise auf ShiftingRetail eine Kopie der Berichte ihrer Vertriebsorganisation abrufen. Nach Unterzeichnung einer Social Marketer-Vereinbarung verpflichtet sich der Social Marketer, die Vertraulichkeit in Bezug auf Vertriebsorganisationsberichte und die darin enthaltenen Informationen sowie sonstiger vertraulicher Informationen, Geschäftsgeheimnisse und geschützter Informationen zu wahren. Diese Vertraulichkeitsverpflichtung ist unwiderruflich und von dauerhafter Wirkung, sie bleibt auch nach Beendigung der Vereinbarung rechtskräftig und kann im Rahmen einer Verfügung auf gerichtlichem Wege durchgesetzt werden, wobei möglicherweise anfallende Gerichts- und Anwaltskosten zu erstatten sind. Alle vertraulichen Informationen, die Social Marketern notwendigerweise offenbart oder von diesen zusammengetragen werden, sind streng geheim und ausschließlich für die Nutzung im Rahmen der geschäftlichen Aktivitäten des Social Marketers vorgesehen. Social Marketer müssen sich nach besten Kräften darum bemühen, dass die betreffenden Informationen vertraulich bleiben, und dürfen diese Informationen weder direkt noch indirekt an Dritte weitergeben.

Social Marketer dürfen die vertraulichen Informationen oder Informationen, die davon abgeleitet sind, nicht einsetzen, um mit dem Unternehmen zu konkurrieren oder andere Zwecke als Werbeaktivitäten für das Programm und die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens zu verfolgen, wobei sie sich an alle lokalen Gesetze und Vorschriften halten, denen die Werbeaktivitäten unterliegen. Der Social Marketer behält sich keine Eigentumsrechte an vertraulichen Informationen oder Informationen vor, die davon abgeleitet sind, einschließlich Kontakt- und Profilinformatoren von Vertriebsorganisationen, oder andere Kontaktinformationen von Social Marketer, die im Zusammenhang mit den Geschäftsaktivitäten des Social Marketers gesammelt wurden, und darf diese auch nicht an andere Parteien verkaufen, weiterleiten oder diesen zur Verfügung stellen. Der Social Marketer ist sich darüber bewusst und damit einverstanden, dass die vertraulichen Informationen, die dem Social Marketer in Verbindung mit den Profilen und Berichten von Vertriebsorganisationen offenbart wurden, bzw. andere Informationen über Social Marketer, die in Verbindung mit den Geschäftsaktivitäten des Social Marketers gesammelt wurden, einschließlich aller Informationen, die davon abgeleitet sind, dem Geschäftsgeheimnis des Unternehmens unterliegen.

Der Social Marketer darf seine Vertriebsorganisationsberichte ausschließlich zur Unterstützung bei der Entwicklung seiner Modere-Geschäftsaktivitäten und zur Generierung der Verkäufe von Modere-Produkten nutzen. Der Social Marketer darf Dritten unter keinen Umständen, weder direkt noch indirekt, Vertriebsorganisationsberichte oder in den Vertriebsorganisationsberichten enthaltene Informationen offenlegen. Der Social Marketer muss den Inhalt der Vertriebsorganisationsberichte sicher und vertraulich aufbewahren.

6.4 NACHFORSCHUNGSGEBÜHREN

Das Anfordern von Kopien von Rechnungen, Anträgen, Vertriebsorganisationsberichten oder sonstigen Aufzeichnungen seitens eines Social Marketers kann mit einer Gebühr belegt werden, die von Modere regelmäßig neu festgelegt wird. Modere behält sich das Recht vor, auf die Nichtzahlung von Gebühren, die im Rahmen der Social Marketer-Vereinbarung fällig werden, entsprechend zu reagieren. Die aktuelle Gebührenliste ist auf der Website [ShiftingRetail](#) veröffentlicht.

6.5 BERICHTE

Sämtliche von Modere in Online-Berichten zur Verfügung gestellten Informationen, insbesondere Informationen über Aktivitäts-, Kunden- und Organisationspunkte (gänzlich oder teilweise) sowie über Sponsoraktivitäten für die Vertriebsorganisation, sind nach bestem Wissen korrekt und zuverlässig. Dennoch übernehmen Modere oder die Personen, die die Informationen erstellen oder übertragen, aufgrund von verschiedenen Faktoren, wie z. B. der allgemeinen Möglichkeit menschlichen oder mechanischen Irrtums, fehlender Genauigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Bestellungen, zurückgewiesener Kreditkarten und elektronischer Zahlungen, zurückgegebener Produkte und Rückbuchungen bei Kreditkarten- und elektronischen Zahlungen, keine Garantie für die Richtigkeit der Daten. Sämtliche Informationen zu Aktivitäts-, Kunden- und Organisationspunkten werden ohne Mängelgewähr zur Verfügung gestellt, d. h. ausdrückliche oder stillschweigende Garantien und Zusagen werden nicht gewährt. Insbesondere bestehen u. a. keine Garantien in Bezug auf die Marktgängigkeit, Eignung für einen bestimmten Zweck oder Konformität. Soweit nach geltendem Gesetz zulässig weisen Modere und/oder andere Personen, die die Informationen erstellen oder übertragen, jegliche Haftung gegenüber einem Social Marketer oder einer sonstigen Person im Fall von direkten oder indirekten Schäden, Folgeschäden, zufälligen oder besonderen Schäden oder Bußgeldzahlungen, die sich aus der Verwendung oder dem Abruf von Informationen zu Aktivitäts-, Kunden- und Organisationspunkten (insbesondere Gewinn-, Provisions-, Bonus-, Geschäftsausfall- und Schadenersatzforderungen in Folge von ungenauen, unvollständigen, unpassenden, verspäteten oder verloren gegangenen Informationen) ergeben, zurück, selbst wenn Modere oder andere Personen, die die Informationen erstellen oder übertragen, über die Möglichkeit solcher Schäden zuvor unterrichtet wurden. Soweit nach geltendem Gesetz zulässig, weisen Modere oder andere Personen, die die Informationen erstellen oder übertragen, jegliche Verantwortung oder Haftung gegenüber dem Social Marketer oder sonstigen Personen, insbesondere die Delikt- und Vertragshaftung, Haftung bei Fahrlässigkeit, Erfolgs- oder Produkthaftung oder sonstige Haftungstheorien im Hinblick auf jeglichen Vertragsgegenstand oder jegliche Vertragsbedingungen zurück. Der Abruf und die Verwendung der Modere-Online- und Telefon-Berichtsdienste sowie die Berufung auf solche Informationen liegt in der alleinigen Verantwortung des Social Marketers. Alle diese Informationen werden ohne Mängelgewähr zur Verfügung gestellt. Ist ein Social Marketer mit der Genauigkeit oder Qualität der Informationen nicht zufrieden, besteht die einzige und ausschließliche Abhilfe darin, die Online- und Telefon-Berichtsdienste von Modere in Zukunft nicht mehr zu nutzen und abzurufen und sich nicht mehr auf derartige Informationen zu berufen.

6.6 FEHLER UND FRAGEN

Wenn ein Social Marketer im Hinblick auf die Provisionen, Boni, Vertriebsorganisationsberichte oder Gebühren Fragen hat oder glaubt, es seien Fehler unterlaufen, muss der Social Marketer Modere darüber schriftlich innerhalb von 60 Kalendertagen nach dem Datum des gemeldeten Fehlers oder des betreffenden Vorkommnisses benachrichtigen. Modere übernimmt keine Verantwortung für Fehler, Unterlassungen oder Probleme, die dem Unternehmen nicht innerhalb von 60 Kalendertagen gemeldet werden.

ABSCHNITT 7: UMSATZANFORDERUNGEN

7.1 PRODUKTVERKAUF

Der Modere-Vergütungsplan basiert auf dem Verkauf von Modere-Produkten und -Dienstleistungen an Verbraucher. Social Marketer müssen persönliche Ziele und Umsatzanforderungen der Vertriebsorganisation erfüllen (sowie weitere Verantwortungen gemäß Vereinbarung übernehmen), um einen Anspruch auf Provisions- oder Bonuszahlungen und auf einen Aufstieg zu höheren Leistungsebenen zu erlangen. Die folgenden Umsatzanforderungen gelten für Social Marketer, um einen Provisionsanspruch zu erlangen:

7.1.1 – Social Marketer müssen nachweisen, dass sie mindestens 70 % aller gekauften Produkte in einem bestimmten Monat verbraucht oder verkauft haben.

7.1.2 – Es ist Social Marketern untersagt, Modere-Produkte aktiv an Orten außerhalb der Länder Europas zu verkaufen, in denen Modere tätig ist. In europäischen Ländern, in denen Modere keine Firmenniederlassung hat, erfolgen Produktkäufe nur zum persönlichen Gebrauch (NFR). Der Einzelhandel ist in diesen Ländern nicht zulässig.

7.1.3 Frankreich: VDI Mandataire Social Marketer in Frankreich müssen Modere-Produkte über persönliche Kontakte, d. h. bei persönlichen Gesprächen, vorstellen. Sie dürfen Modere-Produkte nur für den persönlichen Gebrauch kaufen. Sie dürfen Modere-Produkte nicht verkaufen.

7.2 KEINE PREISBESCHRÄNKUNGEN

Social Marketer sind nicht verpflichtet, Modere-Produkte zu dem von Modere in den offiziellen Modere-Preislisten vorgegebenen Preis zu verkaufen. Social Marketer können Modere-Produkte zu jedem Preis verkaufen, den sie in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden Gesetzen und Verordnungen festgelegt haben.

7.2.1 FRANKREICH

Es ist den VDI Mandataire nicht gestattet, Modere-Produkte weiterzuverkaufen.

7.3 VERKAUFSQUITTUNGEN

Modere regt alle Kunden dazu an, Produkte direkt von Modere zu kaufen, wo sie alle erforderlichen Verkaufsquittungen erhalten. Wenn ein Social Marketer Modere-Produkte direkt an einen Kunden verkauft, muss der Social Marketer dem Kunden zum Zeitpunkt des Verkaufs eine offizielle Modere-Produktverkaufsquittung in zweifacher Ausfertigung aushändigen. Diese Quittungen beinhalten das Recht auf die Stornierung einer Modere-Bestellung und umfassen die gesetzlich gewährten Verbraucherschutzrechte. Social Marketer müssen alle Produktverkaufsquittungen für einen Zeitraum von zwei Jahren aufbewahren und auf Aufforderung Modere vorlegen. Social Marketer müssen gewährleisten, dass auf jeder Produktverkaufsquittung folgende Angaben gemacht werden: (1) das Kaufdatum, (2) das Datum, bis zu dem der Käufer den Kauf widerrufen kann, in Abhängigkeit von den jeweils geltenden Verbraucherschutzgesetzen, und (3) Name und Anschrift des verkaufenden Social Marketers, (4) Einzelheiten zum Kauf (Produkte und Preise) und (5) sonstige rechtlich erforderliche Informationen. Die Kunden müssen die Produktverkaufsquittung, die die Kunden schriftlich über ihr Widerrufsrecht bezüglich der Verkaufstransaktion informiert, in zweifacher Ausfertigung erhalten. Darüber hinaus müssen Social Marketer den Käufer mündlich über dessen Widerrufsrechte informieren.

7.3.1 FRANKREICH

Alle Verkaufsvorgänge, die von VDI Mandataire eingeleitet werden, werden zwischen Modere und den Endverbrauchern abgeschlossen. Rechnungen werden den Endverbrauchern durch Modere ausgestellt.

ABSCHNITT 8: BESTELLUNGEN

8.1 KUNDEN, DIE MODERE-PRODUKTE KAUFEN

Das Social Retail-Modell von Modere konzentriert sich auf das Anziehen und Binden von Kunden und das Aufbauen von Kunden. Modere bietet ein Vergütungsmodell an, das Social Marketer belohnt, wenn sie Kunden an das Unternehmen verweisen und diese dazu anregen, direkt bei Modere Bestellungen aufzugeben.

8.1.1 FRANKREICH

Kundenkäufe bei Modere sind auf 400,00 Euro einschließlich MwSt. pro Monat begrenzt.

8.2 SOCIAL MARKETER, DIE MODERE-PRODUKTE KAUFEN

Wenn ein Social Marketer Produkte von einem anderen Social Marketer oder aus anderer Quelle erwirbt, erhält der Social Marketer keine Marketer-Punkte, wie diese sonst mit dem Kauf verbunden sind.

8.2.1 VEREINIGTES KÖNIGREICH

Entsprechend der Gesetze, die unser Gewerbe im Vereinigten Königreich regeln, ist es Social Marketern mit Rechnungsanschrift im Vereinigten Königreich während der ersten sieben Tage nach Abschluss der Vereinbarung nicht gestattet, Investitionen von mehr als 200 £ (inklusive Mehrwertsteuer) zu tätigen. Lassen Sie sich niemals dazu verleiten, mehr Bestände einzukaufen, als Sie mit Sicherheit verkaufen können, und lassen Sie sich auch nicht dazu verleiten, sich Ihren Weg in eine höhere Stellung in der Vertriebsorganisation des Unternehmens zu „erkaufen“.

8.3 ALLGEMEINE BESTELLRICHTLINIEN

Modere Social Marketer müssen dafür Sorge tragen, dass sie ihre Bestellungen vollständig mit von Modere akzeptierten Zahlungsmitteln bezahlen. In Europa allgemein übliche Kreditkarten werden akzeptiert. Alle anderen Zahlungsmethoden variieren von Land zu Land. Die Währung von Zahlungen durch einen Social Marketer oder Kunden mit einer Rechnungsadresse im Vereinigten Königreich ist das Pfund Sterling. In allen anderen europäischen Ländern, in denen Modere tätig ist, erfolgt die Zahlung in Euro. Bei zurückgewiesenen Zahlungen besteht die Möglichkeit, dass Modere den Social Marketer per Telefon und/oder E-Mail kontaktiert und um Angabe einer alternativen Zahlungsmethode bittet. Wenn diese Versuche nach fünf Arbeitstagen immer noch erfolglos sind, wird die Bestellung nicht bearbeitet. Modere stellt keine Mindestbestellanforderungen. Bestellungen für Produkte und Verkaufshilfen können kombiniert werden.

8.3.1 FRANKREICH

Verkaufsprovisionen, die an VDI Mandataire ausgezahlt werden, werden nach den Verkaufsvorgängen berechnet, die von Modere abgeschlossen und angenommen werden müssen.

ABSCHNITT 9: PRODUKTGARANTIEN, VERBRAUCHERSCHUTZRECHTE, RÜCKGABERECHT UND RÜCKKAUF VON LAGERBESTÄNDEN

9.1 PRODUKTGARANTIE UND VERBRAUCHERSCHUTZRECHTE

9.1.1 Modere bietet eine volle Rückerstattung des Kaufpreises, falls Social Marketer mit einem Kauf unzufrieden sind oder ihn nicht mehr wünschen, vorausgesetzt, Modere wird innerhalb von 30 Kalendertagen nach dem Originalversanddatum der Waren darüber in Kenntnis gesetzt. Die Rückgabe der Waren erfolgt auf Kosten des Käufers. Modere bietet darüber hinaus die volle Rückerstattung des Kaufpreises, falls Social Marketer andere Produkt- oder Lieferbeschwerden einreichen, vorausgesetzt, Modere wird innerhalb von 30 Kalendertagen nach dem Originalversanddatum der Waren darüber in Kenntnis gesetzt. Falls der Grund der Rückgabe die Beschädigung oder Nichtkonformität der Waren

ist, übernimmt Modere die Kosten für die Rückgabe der Waren. In allen anderen Fällen geht die physische Rückgabe der Waren zu Lasten des Käufers.

9.1.1.1 Modere kann den Ersatz der Waren anstelle der Rückerstattung anbieten, sofern der Social Marketer damit einverstanden ist.

9.1.1.2 Modere gewährleistet gegenüber Modere-Kunden dieselben Verbraucherschutzrechte wie gegenüber Social Marketer.

9.1.2 Social Marketer müssen ihren Einzelhandelskunden mindestens dieselben Verbraucherschutzrechte garantieren, die nach den jeweils geltenden Gesetzen vorgegeben sind, sowie alle Fristen und Bedingungen schriftlich bestätigen und nach Möglichkeit im Rahmen des Verkaufs wiederholen.

9.1.3 Die Warenrückgabe führt zum Abzug von Marketer- oder Kundenpunkten. Modere behält sich das Recht vor, etwaige für zurückgegebene Waren gewährte Provisionen, Boni oder sonstige Vergünstigungen zurückzufordern.

9.1.4 In allen Fällen gelten die gesetzlichen Verbraucherschutzrechte. Nichts in dieser Vereinbarung beeinträchtigt oder beschränkt in irgendeiner Weise die gesetzlichen Rechte des Social Marketers als Käufer mangelhafter Produkte.

9.1.5 BEDENKZEIT/WIDERRUFSRECHT

Wenn ein Kunde ein Produkt direkt von einem Modere Social Marketer erwirbt, gewährt dieser ihm mindestens die gesetzlich nach jeweils geltendem Recht vorgeschriebene Mindestbedenkzeit ab dem Kaufdatum bzw. nach Vertragserfüllung, in der dieser die Bestellung stornieren und die volle Erstattung des Kaufpreises verlangen kann. Wenn ein Social Marketer einen Verkauf tätigt oder die Bestellung eines Kunden entgegennimmt und dieser innerhalb der angegebenen Frist seine Bestellung storniert oder eine Kaufpreiserstattung verlangt, muss der Social Marketer dem Kunden unverzüglich das Geld zurückerstatten, soweit die Produkte dem Social Marketer im Wesentlichen in demselben guten Zustand zurückgegeben werden, in dem sie der Kunde erhalten hat. Darüber hinaus müssen Social Marketer Kunden nach Maßgabe der einschlägigen gesetzlichen Regelungen mündlich über ihr Recht informieren, einen Kauf oder eine Bestellung innerhalb der gesetzlichen Frist widerrufen zu können, und dafür sorgen, dass das Bestell- bzw. Kaufdatum im Bestellformular angegeben ist.

9.1.6 VON KUNDEN ZURÜCKGEBENE PRODUKTE

Wenn ein Kunde ein Produkt an den Social Marketer zurückgibt, von dem er es gekauft hat, kann der Social Marketer es zwecks Austausch oder Kaufpreiserstattung an das Unternehmen zurückgeben, vorausgesetzt, Modere wird innerhalb von 30 Tagen nach dem Versand der Waren an den Social Marketer darüber in Kenntnis gesetzt. Alle Produkte, die von Kunden zurückgegeben werden, müssen innerhalb von zehn Kalendertagen nach Rückgabe an den Social Marketer gemeinsam mit der Modere-Rechnung, die Modere für den Social Marketer ausgestellt hat, an das Unternehmen zurückgeschickt werden. Die Bestimmungen des vorliegenden Abschnitts 9.1.6 berühren nicht die Rechte des Social Marketers gemäß zwingender gesetzlicher Regelungen.

9.1.7 FRANKREICH

VDI Mandataire, die als Modere Social Marketer aktiv sind, dürfen Modere-Produkte nicht weiterverkaufen. Alle Verkaufsvorgänge werden zwischen Modere und dem Endverbraucher abgeschlossen. Modere räumt dem Endverbraucher die vorgeschriebenen gesetzlichen Ansprüche ein.

9.2 RÜCKGABE VON LAGERBESTAND UND VERKAUFSHILFEN DURCH SOCIAL MARKETER NACH BEENDIGUNG DER VEREINBARUNG

Bei Beendigung einer Social Marketer-Vereinbarung durch den Social Marketer nach Ablauf des Richtlinienüberprüfungszeitraums, der mit der Abwicklung der Registrierungsgebühr beginnt, kann der Social Marketer denjenigen Lagerbestand und diejenigen Verkaufshilfen, die er innerhalb der vorangegangenen 12 Monate erworben hat, zwecks Rückerstattung zurückgeben, wenn er die Waren bis zur Beendigung nicht verkauft oder anderweitig verwendet hat. Dabei kann ein Social Marketer nur Produkte und Verkaufshilfen zurückgeben, die er selbst gekauft hat und die in einem für den Wiederverkauf geeigneten Zustand sind. Nach Erhalt der Produkte und Verkaufshilfen werden dem Social Marketer 90 % der Kosten des Originalkaufpreises einschließlich USt., sofern zutreffend, abzüglich Versand- und Bearbeitungskosten, erstattet. Wenn die Käufe über eine Kreditkarte oder elektronische Zahlungskarte erfolgt sind, erfolgt die Kaufpreiserstattung per Gutschrift über dasselbe Konto.

Das Unternehmen wird von der dem Social Marketer gezahlten Rückerstattung etwaige Provisionen, Boni, Rabatte oder sonstige vom Social Marketer in Anspruch genommene Vergünstigungen in Verbindung mit der zurückgegebenen Ware sowie sonstige Beträge abziehen, die der Social Marketer Modere schuldet.

9.2.1 SONSTIGE RECHTE

Modere wird etwaige Rückkaufrechte aufgrund von maßgeblichen Bestimmungen des Verhaltenskodex des Direktverkaufsverbands oder etwaigen geltenden Gesetzen berücksichtigen, soweit diese vorteilhafter sind.

9.3 VERFAHREN FÜR ALLE RÜCKGABEN AN MODERE

Das folgende Verfahren ist bei allen Rückgaben zur Rückerstattung, zum Rückkauf oder Austausch anzuwenden. Vor der Warenrückgabe müssen sich Social Marketer oder Kunden („Modere-Mitglieder“) mit Modere in Verbindung setzen, um eine Rückgabeautorisierung zu erhalten. Alle Posten müssen von dem Modere-Mitglied zurückgegeben werden, das diese direkt von Modere gekauft hat. Das ausgefüllte Rückgabeautorisierungsformular und die Originalrechnung für den Kauf der Waren, die zurückgegeben werden, müssen im Karton liegen. Jeder Karton muss mit der Rückgabeautorisierungsnummer gekennzeichnet sein. Jedes zurückzugebende Produkt muss in seiner Originalverpackung zurückgegeben werden. Das Modere-Mitglied übernimmt jegliche Verlustrisiken während des Transports der zurückgegebenen Waren. Trifft ein zurückgegebenes Produkt nicht bei Modere ein, so liegt es in der Verantwortung des Modere-Mitglieds, die Sendung zurückzuverfolgen. Unbeschadet der Rechte des Social Marketers gemäß zwingender gesetzlicher Regelungen gilt, dass, wenn ein Social Marketer ein Produkt zurückschickt, das ihm von einem Kunden zurückgegeben wurde, Modere nur dann den Kaufpreis der Waren zurückerstattet bzw. die Waren ersetzt, wenn Modere innerhalb der oben angegebenen Warenrückgabefrist darüber benachrichtigt wird. Jeder Modere Social Marketer muss gewährleisten, dass den Kunden zumindest die gesetzlich vorgeschriebenen Rechte gewährt werden.

9.3.1 FRANKREICH

VDI Mandataire, die als Social Marketer aktiv sind, dürfen Modere-Produkte nicht weiterverkaufen. Alle Verkaufsvorgänge werden zwischen Modere und dem Endverbraucher abgeschlossen. Diese Endverbraucher befolgen dieselben Verfahren zur Rückgabe von Produkten an Modere, wie im obigen Abschnitt beschrieben.

ABSCHNITT 10: BEZAHLUNG UND VERSAND

10.1 UMSATZSTEUER

Aufgrund seines Geschäftsbetriebs ist Modere verpflichtet, Umsatzsteuer (USt.) auf alle Käufe zu erheben, die von Social Marketer und Kunden getätigt werden, soweit die gekauften Waren innerhalb der Europäischen Union ausgeliefert werden. Modere ist außerdem verpflichtet, Umsatzsteuer an die zuständigen Behörden abzuführen. Dementsprechend muss Modere Umsatzsteuer im Auftrag der Social Marketer und der Kunden auf den Kaufpreis der Produkte gemäß den geltenden Umsatzsteuersätzen in dem Land erheben und abführen, für das die Lieferung bestimmt ist, vorausgesetzt, Modere ist im Bestimmungsland umsatzsteuerpflichtig. Für den Fall, dass ein Social Marketer Produkte direkt an einen Kunden zu einem Preis verkauft, der über dem Kaufpreis liegt, ist der Social Marketer dafür verantwortlich, Umsatzsteuer auf den Kauf zu erheben und abzuführen.

10.1.1 FRANKREICH

VDI Mandataire, die als Modere Social Marketer aktiv sind, dürfen Modere-Produkte nicht weiterverkaufen. Alle Verkaufsvorgänge werden zwischen Modere und dem Endverbraucher abgeschlossen. Modere zieht von den Verbrauchern die nach geltenden Steuersätzen anfallende Umsatzsteuer auf Produktpreise ein.

10.2 UNZUREICHENDER KONTOSTAND

Es liegt in der Verantwortung eines jeden Social Marketers, dafür zu sorgen, dass auf seinem Bankkonto bzw. seiner Kreditkarte ein ausreichender Saldo bzw. ein ausreichendes Guthaben verfügbar ist, um alle Zahlungen einschließlich persönlicher Bestellungen, Gebühren usw.

abzudecken. Ein unzureichender Kontostand kann dazu führen, dass ein Social Marketer seine erforderliche Anzahl an Aktivitätspunkten für den betreffenden Monat nicht erreicht. Darüber hinaus kann das Social Marketer-Konto bei einem zwei Monate andauernden unzureichenden Kontostand mit Maßnahmen belegt und können Provisions- und Bonusansprüche dazu genutzt werden, den Saldo auszugleichen.

10.3 TRANSAKTIONEN BEI UNZUREICHENDEM KONTOSTAND

Alle Zahlungen oder elektronischen Überweisungsvorgänge, die von der Bank des Social Marketers aufgrund eines unzureichenden Kontostands zurückgewiesen werden, werden erneut zur Zahlung eingereicht. Das Konto des Social Marketers wird mit einer Verwaltungsgebühr belastet. Im Fall einer zurückgewiesenen elektronischen Überweisung eines Kunden oder eines Social Marketers zu Lasten von Modere ist Modere berechtigt, für alle zukünftigen Bestellungen die Zahlung per Kredit- oder elektronischer Zahlungskarte zu verlangen. Etwaige offenstehende Salden, die ein Social Marketer gegenüber Modere aufgrund eines unzureichenden Kontostands schuldig ist, bzw. Rückgabegebühren können von den nachfolgenden Ansprüchen auf Provisionen und Boni einbehalten werden.

10.4 EINSCHRÄNKUNGEN DES GEBRAUCHS VON KREDITKARTEN DRITTER UND DES BANKKONTOZUGANGS

Der nicht autorisierte Gebrauch von Kreditkarten Dritter stellt einen Kreditkartenbetrug dar. Social Marketer dürfen nicht zulassen, dass andere Social Marketer oder Kunden ihre Kreditkarte verwenden oder ihre Bankkonten belasten, um Sponsoring zu betreiben oder Käufe beim Unternehmen zu tätigen. Social Marketer dürfen keine Aufzeichnungen aufbewahren oder die Kreditkarteninformationen von anderen Social Marketern oder Kunden verwenden. Ein Kreditkartenbetrug hat die Einleitung von Disziplinarverfahren zur Folge.

ABSCHNITT 11: INAKTIVITÄT UND BEENDIGUNG

11.1 BEENDIGUNG DURCH DEN SOCIAL MARKETER

Der Social Marketer kann jederzeit ohne Angabe eines Grundes aus dem Vertrag ausscheiden, sofern kein Verstoß gegen die Vereinbarung vorliegt. Die Kündigung muss mithilfe des Formulars „Anfrage zur Löschung des Modere Social Marketer-Kontos“ beim Unternehmen eingereicht und per Post oder per E-Mail an den Hauptgeschäftssitz des Unternehmens gesendet werden. Die auf dem Formular auszufüllenden obligatorischen Informationen umfassen: die Ausweisnummer des Social Marketers, die Unterschrift des Social Marketers, den vollständigen Namen, wie bei Modere gemäß der Vereinbarung registriert, die Adresse und die Kontaktinformationen. Die Kündigung ist gültig ab dem Datum, an dem das Unternehmen die Kündigung verarbeitet. Die Bearbeitung der Anfrage kann bis zum nächsten Monat verzögert werden, wenn im aktuellen Umsatzmonat noch Umsätze vorhanden sind. Wenn ein Social Marketer gegen die Vereinbarung verstößt, kann er die Vereinbarung nicht freiwillig oder einseitig kündigen. In dem Fall entscheidet das Unternehmen über die infolge der Vertragsverletzung möglichen Rechtsmittel, wie im Abschnitt „[Streitschlichtung und Disziplinarverfahren](#)“ beschrieben. Der Social Marketer erhält während dieses Zeitraums keine Provisionen, was vom Unternehmen nach eigenem Ermessen festgelegt wird. Nach der Abwicklung der Kündigung behält das Unternehmen in Bezug auf die Position die gleichen Rechte, wie in den Abschnitten „[Änderung der Vertriebsorganisation](#)“, „[Wirkung der Beendigung](#)“ und „[Beendigung aufgrund von Inaktivität](#)“ beschrieben.

11.2 WIRKUNG DER BEENDIGUNG

Solange ein Social Marketer aktiv ist und die Bedingungen der Social Marketer-Vereinbarung und der vorliegenden Richtlinien und Verfahren erfüllt, ist Modere verpflichtet, dem Social Marketer Provisionen und Boni laut Vergütungsplan zu zahlen. Die Provisionen und Boni eines Social Marketers stellen die vollständige Vergütung dar, die der Social Marketer für seine Bemühungen bei der Umsatzgenerierung und allen damit verbundenen Aktivitäten (einschließlich Aufbau einer Vertriebsorganisation) erhält. Ein Social Marketer, dessen Social Marketer-Konto gelöscht wird, verliert dauerhaft alle Rechte als Social Marketer. Dazu zählen auch das Recht, Modere-Produkte und -Dienstleistungen zu verkaufen, und das Recht, zukünftige Provisionen, Boni oder sonstige Einnahmen aus dem Verkauf und aus anderen Aktivitäten der ehemaligen Vertriebsorganisation des Social Marketers zu erhalten. Im Fall einer Löschung verzichten Social Marketer auf etwaige Rechte, insbesondere auf Eigentumsrechte, Rechte an ihrer früheren Vertriebsorganisation und auf den Erhalt von Provisionen, Boni oder sonstige Vergütungen aus dem Verkauf und anderen Aktivitäten im Rahmen ihrer ehemaligen Vertriebsorganisation. Bei einer Kündigung, unabhängig davon, ob diese unfreiwillig oder freiwillig erfolgt, kann das Unternehmen die Qualifikationen des Social Marketer-Kontos für einen Zeitraum von bis zu sechs (6)

Monaten aufrechterhalten oder, sofern das Unternehmen in einen tatsächlichen oder drohenden Konflikt oder Rechtsstreit verwickelt ist, das Social Marketer-Konto für die Dauer des Konflikts bzw. Rechtsstreits sowie für einen Zeitraum von bis zu sechs (6) Monaten nach Beilegung des Konflikts oder Rechtsstreits aufrechterhalten.

Nach Beendigung seiner Social Marketer-Vereinbarung durch den Social Marketer darf der ehemalige Social Marketer sich selbst nicht mehr als Modere Social Marketer darstellen und hat er auch kein Recht mehr, Produkte oder Dienstleistungen von Modere zu verkaufen.

Ein Social Marketer, dessen Social Marketer-Vereinbarung beendet wird, erhält Provisionen und Boni nur für den letzten vollen Abrechnungszeitraum, in dem er vor der Beendigung geschäftlich aktiv war (abzüglich aller Beträge, die während der Untersuchung einer unfreiwilligen Beendigung einbehalten wurden).

11.3 BEENDIGUNG AUFGRUND VON INAKTIVITÄT

Der Social Marketer ist selbst dafür verantwortlich, innerhalb seiner Vertriebsorganisation mit gutem Beispiel voranzugehen und persönlichen Umsatz bei Verbrauchern zu generieren. Obwohl es keinen persönlichen Kaufzwang gibt, um Provisionen oder Boni zu verdienen, werden doch bestimmte Anforderungen an die Geschäftsaktivität gestellt, um den Status als Social Marketer aufrechtzuerhalten. Wenn der Social Marketer für einen Zeitraum von sechs (6) Monaten nicht an Geschäftsaktivitäten beteiligt gewesen ist, kann das Unternehmen nach seinem alleinigen Ermessen die Vereinbarung beenden und das Social Marketer-Konto kündigen. Der Kundenstamm wird mit dem nächsten aktiven Upline-Platzierungssponsor zusammengeführt, und die Position kann in einem inaktiven Status bleiben, damit die Integrität der Organisationsstruktur beibehalten wird. Die schriftliche Bestätigung der Löschung erfolgt durch Modere. Nach Kündigung einer Social Marketer-Vereinbarung verliert der Social Marketer alle Titel, Rechte und Ansprüche im Hinblick auf seine/ihre ehemalige Vertriebsorganisation.

11.4 UNFREIWILLIGE BEENDIGUNG

Ein Verstoß des Social Marketers gegen die Bedingungen der Vereinbarung, einschließlich etwaiger Änderungen, die Modere nach alleinigem Ermessen vorzunehmen berechtigt ist, kann zu einer der Maßnahmen oder Konsequenzen führen, die im Abschnitt „Maßnahmen und Konsequenzen“ aufgeführt sind, einschließlich der Kündigung seiner/ihrer Social Marketer-Vereinbarung durch Modere. Eine Kündigung durch Modere tritt an dem Tag in Kraft, an dem eine schriftliche Benachrichtigung per Post mit Rückschein oder per Kurier an die zuletzt bekannte Adresse des Social Marketers oder an dessen Anwalt ergeht, oder an dem der Social Marketer die Benachrichtigung der Kündigung erhält, je nachdem, was früher eintritt.

Wenn eine Social Marketer-Vereinbarung gemäß dem vorliegenden Abschnitt gekündigt wird, kann das Social Marketer-Konto nach Ermessen des Unternehmens mit seinem aktuellen Status einschließlich aller Qualifizierungen aufrechterhalten werden und die Vertriebsorganisation intakt bleiben, bis das Unternehmen alle Kosten und Verluste in Verbindung mit der [Kündigung](#) des Social Marketer-Kontos verrechnet hat. Nachdem das Unternehmen alle Kosten und Verluste verrechnet hat, bleibt das Konto in einem inaktiven Status bzw. entscheidet sich das Unternehmen entweder, die Position neu auszufüllen und die Vertriebsorganisation in einer Weise neu zu strukturieren, die den Interessen des Unternehmens, der Vertriebsorganisation und Upline dient, oder das Social Marketer-Konto wird gelöscht und verbleibt in einer inaktiven Position, um die Integrität der Organisationsstruktur aufrechtzuerhalten.

ABSCHNITT 12: STREITSCHLICHTUNG UND DISZIPLINARVERFAHREN

12.1 BESCHWERDEN UND REKLAMATIONEN

Wenn ein Social Marketer eine Beschwerde oder Reklamation gegen einen anderen Social Marketer in Bezug auf ein bestimmtes Vorgehen oder Verhalten im Rahmen seiner jeweiligen Modere-Geschäftsaktivitäten einreicht, sollte der Social Marketer das Problem zunächst bei seinem Enrolment Sponsor melden, der die Angelegenheit untersucht und versucht, diese in Kooperation mit dem Enrolment Sponsor der anderen Partei zu schlichten. Kann die Angelegenheit nicht beigelegt werden, muss sie schriftlich bei der Abteilung für Weiterbildung und Compliance

von Modere (compliance@modere.eu) gemeldet werden. Die Abteilung für Weiterbildung und Compliance wird die Fakten prüfen und sich um eine Lösung des Problems bemühen.

12.2 MAßNAHMEN UND KONSEQUENZEN

Der Verstoß gegen eine Bestimmung der Vereinbarung sowie jedes rechtswidrige, betrügerische, täuschende oder ethisch nicht vertretbare Geschäftsgebaren durch einen Social Marketer kann nach Ermessen von Modere zu folgenden Maßnahmen und/oder Konsequenzen führen:

- Erteilung einer schriftlichen Verwarnung oder Abmahnung;
- Aufforderung an den Social Marketer zur Einleitung sofortiger Abhilfemaßnahmen, insbesondere die persönliche Kaufpreiserstattung gegenüber Kunden, die möglicherweise Schäden durch das nicht ordnungsgemäße Verhalten des Social Marketers erlitten haben;
- Aufforderung an den Social Marketer, der sich rechtswidrig verhalten hat, zur Zahlung sämtlicher Erstattungsbeträge, Rabatte oder Schadenersatzforderungen, die Modere in Folge des nicht ordnungsgemäßen Verhaltens des Social Marketers entstehen. Derartige Beträge können von den Ansprüchen des Social Marketers auf Provisionen und Boni abgezogen werden;
- Verlust der Ansprüche auf bestimmte Provisionen oder Boni;
- Modere kann etwaige Provisions- oder Bonuszahlungen an den Social Marketer für die Dauer der Ermittlungen durch Modere aufgrund vermeintlich vertragswidrigen Verhaltens infolge einer Verletzung der Vereinbarung vollständig oder teilweise einbehalten. Wird ein Social Marketer-Konto auf Grund einer Verletzung der Vereinbarung gelöscht, ist der Social Marketer nicht berechtigt, etwaige Provisionen und Boni zurückzufordern, die während des Ermittlungszeitraums einbehalten wurden;
- Aussetzung der Social Marketer-Vereinbarung im Einzelfall für einen oder mehrere Zahlungszeiträume;
- Kündigung der Vereinbarung des Social Marketers, der sich rechtswidrig verhalten hat;
- Maßnahmen aller Art, die im Rahmen der Bedingungen der Vereinbarung ausdrücklich zugelassen sind oder die Modere für durchführbar und angemessen hält, um Schadensfälle, die teilweise oder ausschließlich durch eine Verletzung der Richtlinie oder den Vertragsbruch durch den Social Marketer verursacht wurden, auf fairem Wege zu lösen.
- In Situationen, in denen Modere dies für angemessen hält, kann das Unternehmen Geldstrafen oder angemessene Abhilfemaßnahmen auch gerichtlich einklagen.

12.3 EINSPRUCH

Möchte ein Social Marketer gegen eine Maßnahme oder eine Konsequenz, die von Modere gemäß Abschnitt 12 auferlegt wurde, Einspruch einlegen, so muss dies schriftlich per Einschreiben mit Rückschein, das innerhalb von 15 Tagen ab dem Datum der Mitteilung von Modere beim Unternehmen eingehen muss, geschehen. Geht der Einspruch nicht innerhalb der 15-tägigen Frist bei Modere ein, ist die Maßnahme oder Konsequenz, die von Modere auferlegt wurde, endgültig. Der Social Marketer muss sämtliche Belege mit der Einspruchskorrespondenz einreichen. Legt der Social Marketer fristgerecht Einspruch ein, wird Modere die Maßnahme oder Konsequenz erneut prüfen und überdenken, eine andere angemessene Handlung in Betracht ziehen und den Social Marketer über seine Entscheidung schriftlich in Kenntnis setzen.

12.4 GELTENDES RECHT, RECHTSPRECHUNG UND GERICHTSSTAND

Die vorliegende Vereinbarung und alle Angelegenheiten in Bezug auf die Vereinbarung und auf etwaige Verkaufsverträge in diesem Zusammenhang (deren Zustandekommen, Auslegung, Gültigkeit, Durchsetzbarkeit, Beendigung usw.) sowie sämtliche außervertraglichen und/oder unerlaubten Handlungen unterliegen dem belgischen Recht, unter Ausschluss der Wahl des Gerichtsstands oder von (belgischen, ausländischen oder internationalen) Kollisionsnormen, einschließlich des Übereinkommens der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (1980) („Wiener Übereinkommen“) (falls zutreffend), wonach die Gesetze eines anderen Landes als Belgien maßgeblich wären. Die Parteien unterwerfen sich hiermit unwiderruflich und ausschließlich der Rechtsprechung des Brüsseler Handelsgerichts in Belgien. Das Recht von Modere, einen Rechtsstreit an ein Gericht zu verweisen, das zuständig wäre, wenn dieser Gerichtsstand nicht

festgelegt worden wäre, bleibt davon unberührt. Falls eine Regelung dieser Vereinbarung von einem Gericht mit der entsprechenden Gerichtsbarkeit für ungültig oder anfechtbar erachtet wird, wird nur der begrenzte Teil einer Regelung, der als unwirksam oder anfechtbar befunden wurde, aus dieser Vereinbarung gestrichen und vom Gericht so abgeändert, dass er der Absicht der Parteien bestmöglich entspricht.

ABSCHNITT 13: DEFINITIONEN

Aktiver Social Marketer: Ein Social Marketer, der die jährliche Social Marketer-Gebühr bezahlt und eine Mindestanzahl an Aktivitätspunkten vorweisen kann, wie im Modere-Vergütungsplan vorgegeben, um zu gewährleisten, dass er weiterhin Anspruch auf Boni und Provisionen für die Aktivitäten seiner Vertriebsorganisation hat.

Aktivitätspunkte: Der kombinierte Punktwert der Einkäufe eines Social Marketers und die Punkte für Ersteinkäufe seiner neuen Modere-Kunden.

Direktvertriebsunternehmen: Ein Unternehmen, das für seine Vertriebsaktivitäten für die Endkunden zusätzlich zu seinen Direktverkaufsaktivitäten vorwiegend auf eine Vertriebsorganisation mit unabhängigen Unternehmern zurückgreift, die Produkte und/oder Dienstleistungen vertreiben, zum Verkauf anbieten, verkaufen und/oder bewerben, wobei das Unternehmen den selbständigen Unternehmern eine entsprechende Vergütung zuteilwerden lässt für (1) deren Bemühungen und/oder die erzielten Ergebnisse, die mit dem Vertrieb, Verkaufsangebot, Verkauf und/oder den Werbeaktivitäten für die Produkte und/oder Dienstleistungen verbunden sind, und/oder für (2) die Bemühungen und/oder die erzielten Ergebnisse anderer unabhängiger Unternehmer, die unter der Führung des unabhängigen Unternehmens in irgendeiner Form angemeldet wurden, sich eingeschrieben haben oder (aus welchem Grund auch immer) zugewiesen wurden, um Produkte und/oder Dienstleistungen zum Verkauf anzubieten, zu verkaufen und/oder den Verkauf von Produkten und/oder Dienstleistungen zu bewerben und zu promoten.

Enrolment Sponsor: Ein Social Marketer, der im/in der Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung als Sponsor aufgeführt ist. Im Hinblick auf Kunden ist der Enrolment Sponsor der Modere Social Marketer oder der Kunde, der dem Kunden einen Empfehlungscode zugewiesen hat, der dem Kunden dazu dient, ein Modere-Konto zu erstellen.

Geschäftsaktivität: Nach alleinigem Ermessen des Unternehmens festgelegte Aktivitäten, um für die Produkte oder Geschäftsmöglichkeiten des Unternehmens zu werben. Einige dieser Aktivitäten beinhalten, sind aber nicht beschränkt auf: die Unterzeichnung eines/r Social-Marketer-Antrags und -Vereinbarung in Form eines Formulars; die Werbung, den Verkauf oder die Ausstellung von Produkten; das Hosting, die Durchführung oder Vorträge auf Meetings oder Veranstaltungen (ob vom Unternehmen oder von einem Social Marketer veranstaltet); den Kauf von Modere-Produkten, den Austausch oder die Rückgabe von Modere-Produkten; die Teilnahme an dem Vergütungsplan, den Erhalt regelmäßiger Unternehmensdokumente und anderer Kommunikationsmittel, die Teilnahme an vom Unternehmen gesponserten Support-Serviceschulungen, an Veranstaltungen zur Motivation und Anerkennung von Leistungen; die Aufnahme neuer Social Marketer; und/oder den Verkauf von Verkaufstools, Websites usw. an Social Marketer.

Kaufpreis: Der Preis für Modere-Produkte und/oder Dienstleistungen, den Social Marketer und Kunden an das Unternehmen zahlen.

Kunde: Eine Person, die Modere-Produkte direkt auf von Modere Social Marketer¹ betriebenen Websites oder direkt von Modere betriebenen Websites oder per Telefon erwirbt, jedoch nicht am Vergütungsplan teilnimmt.

Kundenpunkte (CP): Punkte für Produkte, die von Kunden aus dem Kundenstamm eines Social Marketers für Qualifizierungszwecke gekauft werden.

Kündigung: Beendigung der Vereinbarung eines Social Marketers mit Modere. Die Kündigung kann freiwillig, unfreiwillig oder durch Ausbleiben der jährlichen Social Marketer-Gebühr erfolgen.

Marketerpunkte (MP): Punkte für Produkte, die von einem Social Marketer persönlich gekauft werden.

¹ VDI Mandataire nicht gestattet, Modere-Produkte weiterzuverkaufen.

Nutzbringende Beteiligung: Eine natürliche oder juristische Person verfügt über eine nutzbringende Beteiligung an einem Social Marketer-Konto, wenn sie: (1) direkt oder indirekt Eigentümer eines Social-Marketer-Kontos ist, entweder als Einzelperson, Partner, Anteilseigner, Mitglied, Manager, Begünstigter, Treuhänder, leitender Mitarbeiter, Direktor oder Auftraggeber eines Social Marketer-Kontos; (2) die tatsächliche oder de-facto-Kontrolle über ein Social Marketer-Konto hat; (3) direkt oder indirekt Einkommen aus einem Social Marketer-Konto bezieht (außer dem Erhalt von Einkommen gemäß dem Vergütungsplan durch einen Upline-Social-Marketer); (4) eine familiäre finanzielle Unterstützung aus einem Social Marketer-Konto bezieht; (5) finanzielle Unterstützung von seinem Ehepartner erhält, die aus einem Social Marketer-Konto stammt; (6) ein Mitglied des unmittelbaren Haushalts des Social Marketers ist; (7) ein Ehepartner oder Lebenspartner/Mitbewohner ist; oder (8) eine ähnliche Beteiligung an einem Social Marketer-Konto hat.

Offizielles Modere-Material: Prospekte, offizielle Veröffentlichungen auf der Modere-Website, elektronisch gespeicherte Informationen auf USB-Speichermedien und sonstiges Material, das von Modere für Social Marketer entwickelt, gedruckt, veröffentlicht und verteilt wird.

Organisationspunkte: Schließen die MP und CP des Social Marketers ein sowie alle MP und CP der gesamten Vertriebsorganisation des Social Marketers für Qualifikationszwecke.

Platzierungssponsor: Der vom Enrolment Sponsor innerhalb des 60-Tage-Platzierungsprogramms zugewiesene und von Modere genehmigte Sponsor.

Provisionsprodukte/-dienstleistungen: Alle Modere-Produkte und -Dienstleistungen, bei denen Provisionen und Boni gezahlt werden. Verkaufshilfen sind keine provisionsfähigen Produkte.

Rekrutierung: Im Sinne der Richtlinie bei „[Interessenkonflikten](#)“ von Modere bedeutet der Begriff „Rekrutierung“ die Abwerbung oder der Versuch der Abwerbung, die Anwerbung, die Ermutigung oder die vorsätzliche Beeinflussung eines anderen Modere Social Marketers oder Modere-Kunden in jedweder Weise, ob direkt, indirekt oder über einen Dritten, mit dem Ziel, dass dieser sich bei einem anderen Direktvertriebsunternehmen anmeldet bzw. daran teilnimmt. Bei dieser Verhaltensweise handelt es sich auch dann um Rekrutierung, wenn die Handlungen des Social Marketers die Reaktion auf eine Anfrage von einem anderen Social Marketer oder Modere-Kunden darstellen.

Social Marketer: Ein selbstständiger Unternehmer, der Modere-Produkte weiterverkauft, eine Vertriebsorganisation aufbaut und am Vergütungsplan von Modere teilnimmt. Social Marketer unterliegen bei der Führung ihres Modere-Geschäfts der Vereinbarung.

Unternehmen: Der Begriff „Unternehmen“, der im gesamten Vertrag verwendet wird, bezeichnet Modere Europe BV.

Upline: Der Sponsor und/oder bestimmte bzw. alle Social Marketer, die in der Sponsoring-Hierarchie über diesem stehen.

Vereinbarung: Der Vertrag zwischen dem Unternehmen und jedem Social Marketer, der den/die Social Marketer-Antrag und -Vereinbarung, die Modere-Richtlinien und -Verfahren, den Modere-Vergütungsplan und den Antrag und die Vereinbarung für Geschäftseinheiten (sofern zutreffend) umfasst, jeweils in ihrer aktuellen Form und in der jeweils nach alleinigem Ermessen von Modere geänderten Fassung.

Vertriebsorganisation: Alle Social Marketer und Kundenstämme unter einem Social Marketer.

Vertriebsorganisationsbericht: Ein von Modere erstellter monatlicher Bericht mit entscheidenden Daten in Bezug auf die Identitäten der Social Marketer und persönlichen Kundenstämme, mit Verkaufsinformationen und Enrolment-Tätigkeiten der einzelnen Social Marketer-Vertriebsorganisationen. Der Bericht enthält vertrauliche Informationen und Geschäftsgeheimnisse von Modere, die urheberrechtlich geschützt sind.

Wiederverkaufsfähig: Produkte und Verkaufshilfen gelten als „wiederverkaufsfähig“, wenn jeder der folgenden Punkte erfüllt ist: 1) Sie wurden nicht geöffnet und nicht gebraucht; 2) ihre Verpackung und Etikettierung wurden weder geändert noch beschädigt; 3) das Produkt und seine Verpackung befinden sich in einem Zustand, der es erlaubt, das Produkt wie branchenüblich zum vollen Preis weiterzuverkaufen; 4) die Produkte werden innerhalb von 90 Tagen nach Kaufdatum an Modere zurückgegeben; 5) das Haltbarkeitsdatum ist noch nicht überschritten und 6) das Produkt ist mit der aktuellen Modere-Etikettierung versehen. Waren, die zum Verkaufszeitpunkt eindeutig als nicht rückgabefähige Ware, als Restbestand oder Saisonware gekennzeichnet sind, sind nicht zum Wiederverkauf geeignet.



MODERE EUROPE BV
TELECOMLAAN 9 (B5)
1831 DIEGEM
BELGIEN

WWW.MODERE.EU

Ein in Belgien registriertes Unternehmen | USt-Id-Nr. BE 0893.292.596
SIRET-Nr. 507563013 00014

Copyright © 2022 Modere. Alle Rechte vorbehalten.