

FRESH RULES

RINGANA GOVERNANCE &
COMMUNICATION RULES





ANDREAS WILFINGER, ULLA WANNEMACHER
& MICHAEL WANNEMACHER

Liebe RINGANA Partner:innen!

**GEMEINSAM HABEN WIR ES GESCHAFFT, DASS RINGANA
EINE WELTWEIT BEKANNTE UND STARKE MARKE IST, DIE
TÄGLICH MEHR LEUTE BEGEISTERT.**

Je höher die Zahl der RINGANA Partner:innen jedoch wird, desto wesentlicher ist es für jede:n Einzelne:n darauf zu achten, dass ein einheitlicher Markenauftritt und ein positives RINGANA Markenimage gewahrt werden. Deshalb setzt RINGANA ein klares Statement zur bestmöglichen Zusammenarbeit und schreibt Regeln zum Verhalten und zur Kommunikation nieder: die RINGANA Governance & Communication Rules, kurz GC Rules.

Die GC Rules helfen Ihnen, Ihr RINGANA Business optimal aufzubauen und zu entwickeln, und sorgen dafür, dass Sie dabei rechtlich immer auf der sicheren Seite sind. Und: Sie bieten einen Leitfaden für eine gute und nachhaltige Zusammenarbeit.

Inhaltsverzeichnis

Begriffsbestimmungen	4
1. Anwendungsbereich	6
2. Grundlegendes	7
3. Prinzipien des RINGANA Business Modells	9
4. Organisatorisches	11
4.1. Verantwortungsbereich der RINGANA Compliance	11
4.2. Vorgehensweise	12
5. Spielregeln und Grenzen	14
5.1. Rechtliche Verstöße & Missbrauch des RINGANA Business Modells	14
5.1.1. Nachweise der korrekten Geschäftsaufnahme der RP	14
5.1.2. Missbrauch des RINGANA Business Modells bzw. des RINGANA target plans	14
5.1.3. Heil- bzw. Wirkaussagen	15
5.2. RINGANA Marketingstrategie	16
5.2.1. Für RINGANA geschütztes Material	16
5.2.2. Unternehmens- und Produktmarketing	17
5.3. RINGANA Ehrenkodex	17
5.3.1. Fremdmarken	17
5.3.2. Produktabgabe zu Test- oder Probierzwecken	17
5.3.3. Bestellung, Lagerhaltung und Direktverkauf (Over-the-Counter)	18
5.3.4. Einkommensversprechen (Earnings Claims)	18
5.4. RINGANA Verhaltenskodex	19
5.4.1. Faires Verhalten	19
5.4.2. Nutzung des RINGANA Kunden-/Partner-Pools für andere Zwecke außer für RINGANA	21
5.4.3. Aktivitäten und Inhalte außerhalb der RINGANA Konzeption	22
5.4.4. Kostenpflichtige Leistungen innerhalb der RINGANA Sphäre	22
5.4.5. Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen	23
5.5. Öffentlicher Auftritt	24
5.5.1. Online-Präsenz	24
5.5.2. Presse und Öffentlichkeitsarbeit	25
6. Schlußbestimmungen	26
6.1. Salvatorische Klausel	26
6.2. Sprachen	26
6.3. Genehmigung und Inkrafttreten	26

1. Anwendungsbereich

Diese GC Rules sind ein integrierender Bestandteil des RINGANA Partnervertrages in der jeweils geltenden Fassung und finden auf die Tätigkeit des RPs Anwendung. Das beinhaltet das Verhalten des RPs gegenüber anderen RP, gegenüber RK, gegenüber RINGANA sowie den Medien oder der Öffentlichkeit im Rahmen der Ausübung ihrer selbstständigen Partnertätigkeit für RINGANA, welches in anderen gültigen Regeln oder Bestimmungen nicht explizit geregelt ist.

Diese GC Rules gelten für alle RP in vollem Umfang.

RINGANA stellt ausdrücklich fest und der RP erkennt ausdrücklich an, dass die für den Geschäftsverkehr zwischen RINGANA und der RP jeweils gültigen Regeln und Bestimmungen, insbesondere diese GC Rules, falls überhaupt, nur eine geringfügige bzw. untergeordnete Einschränkung der unternehmerischen Freiheit und des unternehmerischen Risikos für die selbstständigen RP als Unternehmer:innen darstellen.

Diese GC Rules kommen bei jedem Verhalten der RP innerhalb der RINGANA Sphäre zur Anwendung, ungeachtet davon, wann sich dieses zugetragen hat und auf welchem Weg RINGANA davon Kenntnis erlangt hat. RINGANA behält sich vor, angefallene Aufwände sowie entgangenen Gewinn, auch nach einem, aus welchem Grund auch immer, beendeten Partnervertrag geltend zu machen. Alle Regeln und Bestimmungen, insbesondere diese GC Rules, sind auf www.ringana.com in der jeweils gültigen Form veröffentlicht.

2. Grundlegendes

RINGANA strebt einen fairen, klaren und respektvollen Umgang untereinander, zwischen allen Partnerinnen und Partnern, zu Kundinnen und Kunden, der Öffentlichkeit und den Medien gegenüber, an.

Wir wollen weder ein Land, ein anderes Unternehmen oder dessen Produkte, eine Privatperson oder eine Gruppe von Personen durch diskriminierende, herabwürdigende oder verunglimpfende Äußerungen oder Handlungen in Bezug auf Ethnie, Hautfarbe, Nationalität, Religion, Geschlecht, Sprache, soziale Herkunft, Wohlstand, Behinderung, Geburt oder sonstigen Status, politische Meinung oder andere Meinung, sexuelle Neigung oder aus anderen Gründen in Ihrer Integrität oder Würde verletzen.

RINGANA nimmt klar Abstand von esoterischen, heilsversprechenden oder glorifizierenden Vorgehensweisen und Ansätzen und distanziert sich mit Nachdruck von sekten- bzw. pyramidensystemartigen oder ähnlichen Vergleichen des Geschäftsmodells. Die Produkte von RINGANA basieren auf aktuellsten, wissenschaftlichen Erkenntnissen und werden mit High-Tech-Prozessen umwelt- und ressourcenschonend hergestellt. Sie werden ausschließlich auf Bestellung in ebensolcher Weise direkt und frisch zu den RK transportiert.

Mit den GC Rules wird festgeschrieben, mit welchen Mitteln und welchem Verhalten die gemeinsamen Ziele erreicht werden sollen, und gleichzeitig Transparenz für alle RP geschaffen.

Das einzigartige Business Modell von RINGANA soll den selbstständigen RP ein Höchstmaß an Flexibilität, Kreativität und Eigenverantwortung als unabhängige Unternehmer:innen ermöglichen.

Das Business Modell beruht darauf, Menschen die Philosophie, die einzigartigen Produkte als auch die Chancen, die sich daraus in der Tätigkeit als RP bieten, nahezubringen.

Auch zur Abdeckung der Aufwendungen, die RP im Zusammenhang mit ihrer Tätigkeit als RP entstehen, erhalten RP, entsprechend den geltenden Regeln und Bestimmungen (wie z.B.: RINGANA target plan), Provision. Ausdrücklich wird festgehalten, dass mit der an die RP ausbezahlten Provision sämtliche, im Zuge der Tätigkeit als RP anfallenden Kosten und Aufwände abgegolten sind.



Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass Meinungsverschiedenheiten auf respektvollem und direktem Weg zwischen den RP geklärt werden. Themen innerhalb der RINGANA Sphäre, die sich nicht untereinander lösen lassen, können direkt an RINGANA (compliance@ringana.com) kommuniziert werden. Von öffentlichen Auseinandersetzungen, vor allem in Sozialen Medien, ist abzusehen.

3. Prinzipien des RINGANA Business Modells

Dieser Absatz regelt die Grundprinzipien einer RINGANA Partnerschaft. Die folgenden Prinzipien gelten für alle RP, unabhängig von Zielstufe oder Einstiegsdatum. Gesonderte bzw. individuelle Vereinbarungen können jederzeit seitens RINGANA getroffen werden.

Bei gesonderten Aktionen, Projekten, Vorhaben u. dgl. ist eine vorherige, schriftliche Anfrage an RINGANA Compliance, unter compliance@ringana.com, zu senden. Die RINGANA Compliance prüft alle eingelangten Anfragen. Dabei gilt das Prinzip der Nichtuntersagung binnen 7 Werktagen, d.h. erfolgt keine Rückmeldung innerhalb von 7 Werktagen nach Absenden einer Anfrage, gilt diese als genehmigt.

1. MARKENSCHUTZ

Die Marke „RINGANA“ als solche sowie die dazugehörigen Marken- und Patentrechte sind zu jeder Zeit zu wahren. Maßnahmen, welche dem Markenschutz abträglich sind oder das gute RINGANA Markenimage schädigen, sind zu unterlassen.

2. VERHALTEN

Im Sinne von „so we“ sind die Grundprinzipien einzuhalten. Geschäftsschädigendes Verhalten oder unlauterer Wettbewerb sind weder ethisch noch entsprechen diese dem „so we“-Gedanken – derartiges Verhalten ist ein absolutes No-Go.

3. HEIL- BZW. WIRKVERSPRECHEN

Damit alle RP auch rechtlich auf der sicheren Seite sind, sind jegliche Heil- und Wirkversprechen mit/über/oder in Verbindung mit den RINGANA Produkten zu unterlassen.

4. UNPASSENDE ORTE/MEDIEN

Bei der Kundenansprache ist auf passende Orte bzw. Medien im Sinne des RINGANA Markenimages zu achten. Besteht Unklarheit, ob ein Ort passend ist, ist vorab, ausschließlich schriftlich, an compliance@ringana.com anzufragen.

ZS 0-3: Zu Beginn der RINGANA Partnertätigkeit stehen RP grundsätzlich alle Optionen offen, um ihr volles Potential zu entfalten. Die Prinzipien des RINGANA Business Modells sind jedoch jederzeit zu wahren.

ZS 4-7: Nach und nach steigert sich die Aktivität kontinuierlich und der Fokus wird zielgerichtet auf die erfolgreiche Partnertätigkeit sowie das Mentoring gelegt. RP erreichen die angestrebten Ziele im RINGANA target plan unter Einhaltung der Prinzipien des RINGANA Business Modells.

Von **ZS 0-7** steht es RP frei, parallel zum RINGANA Business anderen Tätigkeiten — darunter auch Network Marketing, Empfehlungsmarketing, Beratungstätigkeiten und Affiliate-Marketing — uneingeschränkt nachzugehen. **Eine klare Trennung der Sphären ist hier jedoch unerlässlich. D.h. dass die Kundendaten, -stämme und sämtliche Kommunikationskanäle konsequent getrennt gehalten werden müssen*. Die obengenannten Tätigkeiten sind möglich, solange es zu keinen markenschädigenden Aktivitäten kommt.** Die Bewerbung bzw. der Verkauf von Produkten im gleichen Marktsegment im Direktvertrieb ist nicht möglich.

Ab ZS 8: Als FK haben RP eine Vorbildwirkung für ihr Team und arbeiten konzepttreu für ein erfolgreiches Business. Ab Zielstufe 8 ist der Fokus klar auf das RINGANA Business gerichtet — „RINGANA only“ wird zur Devise. D.h. dass Tätigkeiten in einem anderen Network Marketing Business, Beratungstätigkeiten im Direktvertrieb sowie die Produktbewerbung und der Produktverkauf im Direktvertrieb nicht möglich sind. Affiliate-Marketing, bezahlte Influencer-Kooperationen, Beratungstätigkeiten in anderen Bereichen (abgesehen von Network Marketing/ Direktvertrieb) und andere Businesses sind weiterhin für FK möglich, solange eine konsequente Sphärentrennung* eingehalten wird. **Diese Tätigkeiten sind möglich, solange es zu keinen markenschädigenden Aktivitäten kommt.** Sollte „RINGANA only“ nicht eingehalten werden, wird die Provision nach ZS 7 abgerechnet. Beispiel: RP, die in einem bestimmten Monat ZS 8 erreichen, jedoch in einem weiteren Network Marketing Business tätig sind, erhalten die Provision gemäß der Abrechnung in ZS 7.

***Im Falle von Affiliate-Marketing und bezahlten Influencer-Kooperationen ist die Erstellung eines separaten Social-Media-Kanals nicht erforderlich.**

Für die Einordnung in eine der oben genannten Kategorien gilt jeweils die höchste erreichte ZS in den letzten 12 Monaten. Bsp.: Ein:e RP hat im Dezember 2022 die ZS 8 erreicht und zählt somit im folgenden Jahr 2023 als FK. Erreicht diese:r im Jahr 2023 nie ZS 8 oder höher, fällt er/sie im Dezember 2023 wieder aus dieser Kategorie heraus und gilt erst ab erneuter Erreichung der ZS 8 oder höher als FK.

4. Organisatorisches

Ziel dieser GC Rules ist es, die Rechtssicherheit des RINGANA Business zu gewährleisten und einen einheitlichen Markenauftritt sicherzustellen. Durch klare und für alle Beteiligten einsehbare Regeln wird das Verhalten innerhalb der RINGANA Sphäre definiert und so Überschreitungen präventiv entgegengewirkt.

Wir regeln so wenig als möglich, aber so viel wie notwendig.

Es ist nicht die Intention von RINGANA, unfair values zu vergeben oder darüber hinausgehende Schritte zu setzen, sondern im Gespräch gemeinsam individuelle Lösungen zu finden. Es gibt jedoch immer wieder Ausnahmefälle, die diese Schritte verlangen, um die Stabilität des Direktvertriebes aufrechtzuerhalten und die Marke RINGANA im Sinne aller RP nachhaltig zu schützen.

4.1. Verantwortungsbereich der RINGANA Compliance

Für die Überprüfung der Einhaltung der geltenden Regeln und Bestimmungen bei RINGANA ist der Organisationsbereich Compliance verantwortlich. Die RINGANA Compliance ist Teil der Abteilung Partner Governance, einer Stabstelle, die direkt unter der Geschäftsleitung angesiedelt ist. Sie entscheidet anhand der GTC und dieser GC Rules sowie der weiteren gültigen Bestimmungen, eigenständig und für RP verbindlich, über alle notwendigen Schritte.

Festgehalten wird, dass die Mitarbeiter:innen der RINGANA Compliance entsprechend der ihnen von RINGANA verliehenen Befugnis final entscheiden und diese Entscheidung kurz, aber aussagekräftig, schriftlich gegenüber der RP begründen. Gegen diese Entscheidung kann weder Einspruch erhoben noch berufen werden. Eine Einsichtnahme der RP in die von RINGANA zur Entscheidungsfindung herangezogenen Informationen, Unterlagen und Dokumente kann im Ermessen von RINGANA erfolgen. Ein darüber hinaus gehendes Anrecht auf Einsichtnahme besteht für die RP nicht.

Bei in diesen GC Rules oder anderen gültigen Bestimmungen und Regeln nicht vorhergesehenen Fällen oder bei Zweifel zur Auslegung einzelner Bestimmungen, entscheidet die Compliance Stelle von RINGANA im Sinne der Erreichung der gemeinsamen Ziele. Solche Fälle werden zum Anlass genommen, die jeweils gültigen Regeln und Bestimmungen, im Besonderen diese GC Rules, so zu adaptieren, dass die jeweils aktuellen Erkenntnisse darin eingearbeitet werden, und zur zukünftigen Entscheidungsfindung dokumentiert zur Verfügung stehen.

4.2. Vorgehensweise

Bei einer oder mehreren Überschreitungen der GC Rules oder anderer geltender Bestimmungen und Regelungen können Schritte, gemäß **Punkt 5, Spielregeln und Grenzen**, gesetzt werden.

Der Schweregrad bestimmt sich nach dem verursachten Negativeffekt auf das Unternehmen, dessen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit und/oder den Auswirkungen auf das Business Modell oder den RK.

Über Art und Ausmaß der notwendigen Schritte entscheidet die RINGANA Compliance.

Ein Abweichen von den Prinzipien des RINGANA Business Modells kann mit unfair values in einer Höhe von 5-50 unfair values belegt werden. Bei erheblichem geschäftsschädigendem Verhalten kann die Höhe der unfair values auf bis zu 100 angepasst werden.

Zusätzlich kann die Vergabe von unfair values auf mehrere, aufeinanderfolgende Monate ausgeweitet werden. RINGANA behält sich das Recht zur Auflösung des Partnervertrages aus wichtigem Grund vor.

Überschreitungen können Folgen in Form von finanziell wirksamen Faktoren (fair score, unfair values) bis hin zur sofortigen Auflösung des Partnervertrags aus wichtigen Gründen nach sich ziehen. Bei schwerwiegenden Verstößen gegen das RINGANA Vertriebssystem kann es auch zu einer Rückverrechnung in Höhe des bei RINGANA entstandenen Schadens kommen.

FAIR SCORE:

Am fair score lassen sich alle im jeweiligen Abrechnungsmonat entschiedenen und mit unfair values bewerteten Überschreitungen ablesen.

Ein fair score von 100 % bedeutet, dass keine Überschreitung vorliegt.

Für jede nachgewiesene und entschiedene Überschreitung können unfair values vergeben werden. 1 unfair value entspricht 1 % und führt zu einer Reduktion des fair score um 1 %.

Der im jeweiligen Abrechnungsmonat ermittelte fair score wird durch 100 dividiert und vor Errechnung der Provision mit dem zu diesem Zeitpunkt erreichten Punktesaldo der/des RP multipliziert.

Entscheidungen, welche notwendige Schritte seitens der RINGANA Compliance zur Folge haben, werden betroffenen RP durch Eintragung eines fair score kleiner als 100 in Verbindung mit einer Mitteilung per Mail bis spät. zum Abrechnungsstichtag des jeweiligen Monats mitgeteilt und gelten mit diesem Zeitpunkt als ordnungsgemäß zugestellt.

Auf der persönlichen Website der RP auf www.ringana.com ist der jeweils aktuelle fair score der RP ersichtlich. RP, welche dem RINGANA System nach berechtigt sind, Informationsseiten anderer RP auf www.ringana.com einzusehen (z.B.: die Upline) wird diese Information zum gezielten Mentoring zur Verfügung gestellt.

Wird eine Überschreitung mehreren RP zugeordnet, gelten die notwendigen Schritte für jeden einzelnen RP gleichermaßen. Wiederholte Überschreitungen werden als erschwerende Umstände gewertet und haben als solche weitergehende Auswirkungen zur Folge.



5. Spielregeln und Grenzen

5.1. Rechtliche Verstöße & Missbrauch des RINGANA Business Modells

5.1.1. NACHWEIS DER KORREKTEN GESCHÄFTSAUFNAHME DER RP

Die RINGANA Partnerschaft ist eine selbstständige Tätigkeit. Es liegt in der Eigenverantwortung der RP alle erforderlichen gewerbe-, handels- und sozialversicherungsrechtlichen Genehmigungen und Nachweise des jeweiligen Landes fristgerecht zu erbringen. Diese Genehmigungen und Nachweise sind aufrecht und gültig zu halten, Veränderungen sind RINGANA per Mail an partner.relations@ringana.com bekannt zu geben.

Anmerkung: RINGANA weist darauf hin, dass durch RINGANA weder eine Überprüfung der übermittelten Unterlagen auf Vollständigkeit noch Korrektheit im Sinne der für die RP als selbstständige Unternehmer:innen geltenden Gesetze und Bestimmungen durchgeführt wird.

5.1.2. MISSBRAUCH DES RINGANA BUSINESS MODELLS BZW. DES RINGANA TARGET PLANS

Darunter fällt jegliche Art der Ausnutzung des Vertriebssystems sowie der Elemente des Vergütungsplans (RINGANA target plan), wie z.B.: das Anlegen von Datensätzen mit betrügerischer Absicht, die unrechtmäßige Verwendung bzw. Weitergabe der von RINGANA zur Verfügung gestellten Daten, Informationen, Gutscheine, u.dgl.

Fake-Accounts:

RP ist es nicht erlaubt, sich direkt oder indirekt ohne die Intention zu haben, eine Geschäftstätigkeit aufzunehmen, als natürliche oder juristische Person bei RINGANA zu registrieren.

Das missbräuchliche Anlegen von Kunden- oder Partnerdatensätzen mit betrügerischer Absicht für Personen, die entweder nicht existieren oder die einer Eintragung nicht zugestimmt haben bzw. keine Kenntnis darüber haben, stellt eine erhebliche Überschreitung dar.

Dubletten:

Stellt sich im Zuge von Datenüberprüfungen durch RINGANA heraus, dass im Kunden- oder Partnersystem bei RINGANA mehr als ein Kunden- und/oder Partnerdatensatz bestehen, die sich auf ein und dieselbe juristische oder natürliche Person zurückführen lassen, werden diese Datensätze zu einem einzigen zusammengeführt. Dies kann auch nachträglich bei Kenntniserlangung durch RINGANA erfolgen.

Gutscheine:

Gutscheine sind ausschließlich zur Verwendung für die jeweiligen RK bzw. RP gedacht und dürfen keinesfalls missbräuchlich generiert oder eingelöst werden. Die missbräuchliche Verwendung von Gutscheinaktionen durch RP stellt eine erhebliche Überschreitung dar.

5.1.3. HEIL- BZW. WIRKAUSSAGEN

RINGANA Produkte sind nicht zum Heilen oder Behandeln von Krankheiten bestimmt und dürfen nur zur Verwendung bzw. Einnahme an Personen, wie auf den Produktverpackungen bzw. Produkten angegeben, empfohlen werden. Heil- und Behandlungsaussagen bzw. Wirkversprechen sind ebenso nicht erlaubt wie die Bewerbung der Produkte für alle anderen, außer für den für ein Produkt bestimmten Zweck (siehe www.ringana.com).

Besonders bei Kundenfeedbacks und eigenen Erfahrungen ist darauf zu achten, dass die RINGANA Produkte nicht in einem gesundheitsbezogenen Kontext empfohlen werden.

Bei Nichteinhaltung der unter 5.1. fallenden Punkte können unfair values in einer Höhe von bis zu 50 vergeben werden.

RINGANA behält sich vor, für wiederholte oder schwerwiegende Verstöße gegen das RINGANA Vertriebssystem über die festgelegte Höhe hinaus unfair values bis zu 100 zu vergeben.

Bei einer schwerwiegenden Störung des Vertrauensverhältnisses steht es RINGANA zu, die Zusammenarbeit mit sofortiger Wirkung aus wichtigem Grund zu beenden.

Insbesondere bei einem Missbrauch des Business Modells ist RINGANA berechtigt, den entstandenen Schaden geltend zu machen.

5.2. RINGANA Marketingstrategie

5.2.1. FÜR RINGANA GESCHÜTZTES MATERIAL

Die von RINGANA geltend gemachten, eingetragenen und nicht eingetragenen Schutzrechte (Patent- Marken-, Muster-, Urheber-, Geschmacks-, Gemeinschaftsgeschmacksmuster und Rechte zum Schutz vor unlauterem Wettbewerb) beziehen sich auf jegliche von oder durch RINGANA im nationalen und internationalen geschäftlichen Verkehr eingebrachte oder zur Anwendung kommende Logos (auch Wort-Bild-Marke), Designs (visuelle Kennzeichen), Schriftarten, Buchstabenfolgen, Texte, Zahlen, Kombinationen von Farben sowie Hörmarken (Tonfolgen), Bilder, Video- und/oder Tonaufzeichnungen, Verpackungen, Produktverpackungen, Produkt- oder Vertriebsmarketingunterlagen oder -hilfsmittel, Produkte, Rezepturen, Entwicklungs-, Fertigungs- und/oder Hilfsprozesse sowie den Firmen- und weitere Namen (auch als Marke), Domains sowie weitere, bisher nicht explizit genannte, aber für RINGANA schützenswerte Materialien.

Die Nutzung oder Vervielfältigung von im vorangegangenen Absatz angeführtem Material durch die RP ist sowohl außerhalb als auch innerhalb der RINGANA Sphäre weder direkt noch indirekt, im Ganzen oder in Teilen oder Auszügen, unabhängig an welcher Stelle und in welcher Form (hierzu zählt z.B.: auch das Malen u. dgl.), erlaubt. Ausgenommen davon ist die Nutzung des von RINGANA zur Verfügung gestellten Materials in originärer, unveränderter Form, im Rahmen des Zwecks, für welchen RINGANA das Material zur Verfügung stellt und wenn die Nutzung im Rahmen der Geschäftstätigkeit der RP sowie in einer, den gültigen Regeln und Bestimmungen sowie einer dem Unternehmensimage entsprechenden Art und Weise geschieht. Ebenso erlaubt ist das Teilen und Liken von durch RINGANA zur Verfügung gestellten Online-Inhalten in unveränderter Form, unter Beibehaltung der eindeutigen Erkennbarkeit der RINGANA Urheberschaft.

Übersetzungen von geschütztem Material von RINGANA durch oder im Auftrag von RP in andere Sprachen als in der originären sind, ausgenommen in mündlicher, nicht aufgezeichneter Form (wie z.B.: eine Simultanübersetzung ohne Aufzeichnung bei einer Veranstaltung innerhalb der RINGANA Sphäre) nicht erlaubt.

RINGANA stellt allen RP auf www.ringana.com diverse Unterlagen zum Download bereit. Es ist RP nicht erlaubt, diese Unterlagen an Dritte zu übergeben oder bereitzustellen. Davon umfasst ist auch das Anbieten dieser Unterlagen zum Download im Internet oder der elektronische Versand.

5.2.2. UNTERNEHMENS- UND PRODUKTMARKETING

RINGANA stellt umfassendes Material zum Zwecke des Unternehmens- und Produktmarketings im virtuellen und physischen Raum zur Verfügung. Dieses Material deckt alle, für einen erfolgreichen Geschäftsaufbau und eine ebenso erfolgreiche Geschäftsentwicklung notwendigen Bereiche ab. Es wird laufend in Zusammenarbeit mit den RP dem aktuell erforderlichen Stand angepasst. Dieses Material entspricht dem RINGANA Markenimage und spiegelt neben den RINGANA Produkten auch die RINGANA Philosophie wider und ist somit gleichzeitig Referenz und Vergleichsmittel. Das Kreieren und die Nutzung von anderem (z.B.: selbsterstelltem) Material zum Zwecke des Unternehmens- und Produktmarketings innerhalb der RINGANA Sphäre ist nicht erlaubt.

Bei Nichteinhaltung der unter 5.2. fallenden Punkte können unfair values in einer Höhe von bis zu 40 vergeben werden.

5.3. RINGANA Ehrenkodex

5.3.1. FREMDMARKEN

RINGANA Produkte sind einzigartig und bedürfen keiner Vergleiche.

RP ist es nicht erlaubt, negative oder vergleichende Aussagen zu Fremdprodukten bzw. Fremdmarken und Mitbewerbern zu machen und/oder diese in vergleichender Art und Weise darzustellen, auch wenn die Fremdmarken unkenntlich gemacht bzw. nicht explizit genannt werden.

5.3.2. PRODUKTABGABE ZU TEST- ODER PROBIERZWECKEN

Werden RINGANA Produkte zu Test- oder Probiezwecken angeboten oder verschenkt, darf dies ausschließlich in Verpackungseinheiten erfolgen, auf welchen die gesetzliche Volldeklaration des Produkts angegeben ist.

Den RP ist es innerhalb der RINGANA Sphäre nicht erlaubt, von anderen RP, RK oder Dritten materielle oder immaterielle Leistungen zu fordern, anzunehmen oder sich versprechen zu lassen bzw. Geschenke zu machen, durch die ein geschäftlicher (unlauterer Wettbewerb) oder persönlicher Vorteil entsteht.

5.3.3. BESTELLUNG, LAGERHALTUNG UND DIREKTVERKAUF (OVER-THE-COUNTER)

Jede Produktbestellung muss über den korrekten Kunden- bzw. Partnerdatensatz laufen. Um Portokosten zu sparen, haben RP die Möglichkeit, Sammelbestellungen anzubieten. Hierbei führen RP im Auftrag und auf Rechnung ihrer RK Bestellungen durch, welche gesammelt zur Weitergabe an die RK an die Zustelladresse der RP geliefert werden.

Die Preisgestaltung obliegt ausschließlich RINGANA. RP ist es nicht erlaubt, RK Vorteile außerhalb der aktuellen RINGANA Preisliste anzubieten.

Da es sich bei den RINGANA Produkten um Frischeware handelt, ist eine Lagerhaltung, außer zur kurzen Überbrückung bis zur Weitergabe (Sammelbestellung, Geschenke), nicht erlaubt. Bestellungen, die haushaltsübliche Mengen überschreiten, sind grundsätzlich nicht gestattet.

RINGANA behält sich das Recht vor, Produktbestellungen abzulehnen, insbesondere dann, wenn der Verdacht auf missbräuchliches Verhalten vorliegt. Diese Ablehnung ist provisions- und zielstufenwirksam.

Der direkte (Weiter-)Verkauf oder das Anbieten von RINGANA Produkten oder RINGANA Verpackungen, Verpackungshilfsmitteln oder Gebinden über virtuelle (z.B.: eigener Internetauftritt, Verkaufsplattformen etc.) oder physische Plattformen (z.B.: im direkten Kontakt, in Geschäften, u.dgl.) unabhängig von der Form und der Verpackungseinheit schädigt das Image und das Vertriebsmodell von RINGANA und ist für RP – mit Ausnahme von ausgewählten Produkten, für die dies explizit vorgesehen ist – nicht erlaubt.

Ein direkter Verkauf der RINGANA Produkte auf Messen ist ebenso untersagt. Die Messtätigkeit von RP ist in der Knowledgebase (www.ringana.com) geregelt. Für jeden Messebesuch ist eine Freigabe durch die RINGANA Compliance erforderlich.

5.3.4. EINKOMMENSVERSPRECHEN (EARNINGS CLAIMS)

Angaben zum Verdienst als RP (eigenes Einkommen, tatsächliche oder potentielle Umsätze) müssen immer korrekt dargestellt werden. Irreführende Darstellungen sowie abwegige Einkommensversprechen sind nicht gestattet.

Bei Nichteinhaltung der unter 5.3. fallenden Punkte können unfair values in einer Höhe von bis zu 30 vergeben werden.

5.4. RINGANA Verhaltenskodex

5.4.1. FAIRES VERHALTEN

Zum Schutz der Marke ist bei der Ausübung der Tätigkeit als RP auf ein respektvolles, unaufdringliches Verhalten gegenüber RK, RP sowie der Firma RINGANA zu achten. RP haben sich so zu verhalten, dass sie die Integrität und persönliche Würde von RK oder anderen RP und diesen nahestehenden Personen schützen, achten und bewahren.

RP treten immer vorbildhaft, freundlich, respektvoll und in keiner Weise aufdringlich RK oder anderen RP gegenüber, aber auch Menschen außerhalb der RINGANA Sphäre, auf. Unterschiedliche Ansichten und Sichtweisen werden selbstverständlich akzeptiert.

RP gegenüber RK und Interessierten:

Bei RINGANA registrierte Kundinnen und Kunden sind Kundinnen und Kunden von RINGANA und dem RP gemäß den geltenden Regeln und Bestimmungen zur Betreuung im Sinne von RINGANA anvertraut.

RP treten immer als selbstständige Unternehmer:innen auf und üben keinen Druck auf ihr Gegenüber aus. Ein „Nein“ ist stets als solches zu akzeptieren.

RK stehen im Zentrum unserer Aufmerksamkeit:

Geben RK ihren Wechselwillen bekannt, so haben RP sowie RINGANA dem Kundenwunsch umgehend nachzukommen.

Veranstaltungen zur Kunden-/Partnergewinnung:

Werden zum Zwecke der Neugewinnung von RK oder RP Veranstaltungen abgehalten, sind diese für die zukünftigen RK oder RP kostenfrei zu halten. Von zukünftigen RK bzw. RP darf weder Eintritt noch eine sonstige Kosten- oder Aufwandsentschädigung verlangt oder angenommen werden. Ausgenommen davon sind ortsübliche, geringfügige Beiträge wie beispielsweise für Verpflegung. RP ist es nicht erlaubt, unter falschem Vorwand zur Teilnahme an Verkaufsveranstaltungen, persönlichen Empfehlungsgesprächen, Businessmeetings einzuladen.

RP gegenüber RP:

Mit dem Zeitpunkt, ab welchem ein:e RP erstmalig als Partner:in für RINGANA tätig wird, erfolgt die Zuordnung zum/zur gewählten, bestehenden RP (dem/der Mentor:in). Diese Verknüpfung ist ab diesem Zeitpunkt verankert. Der/die bestehende RP stellt die erste Ebene der Upline des/der neuen RP dar.

Der/die neue RP wiederum ist für seinen/ihre Mentor:in zur ersten Ebene der Downline in diesem Zweig geworden. **Ein direkter Wechsel von RP zu anderen RP (Mentor:in) ist nicht möglich.** Ein Mentorwechsel kann nur durch Beendigung des RINGANA Partnerstatus, somit Rückstufung in den Kundenstatus, erfolgen (alle RK, bereits gewonnene RP und nicht abgerechnete Punkte fallen dabei automatisch dem/der Mentor:in zur Betreuung zu). Voraussetzung ist das Einhalten einer Inaktivitätsfrist als RP von 6 Monaten gemäß GTCs, die Übertragung der/des RP entsprechend des dafür vorgesehenen Prozesses zum/zur gewünschten RP (dem/der zukünftigen Mentor:in) und der erneuten Stellung eines Partnerantrags. Wird dieser von RINGANA angenommen, ist der/die neue RP (Wiedereinsteiger:in) dem/der neuen Mentor:in zugeordnet. Im Rahmen der Inaktivität darf keinerlei Aktivität innerhalb der RINGANA Sphäre (Betreuung von RK, Teamarbeit, Besuch von RINGANA Veranstaltungen) ausgeübt werden.

RINGANA behält sich vor, online gestellte und automatisch angenommene Partneranträge innerhalb des ersten Abrechnungszeitraumes abzulehnen bzw. ohne Angabe von Gründen zu kündigen.

Sämtliche von RINGANA zur Verfügung gestellten Unterlagen und Werbemittel (online oder offline) sind mit Beendigung der Tätigkeit als RP von den RP an RINGANA zu retournieren. Ein künftiger Gebrauch dieser Unterlagen ist zu unterlassen.

MENTORING:

Für RP entsteht durch das Einschreiben von RP in der Downline im Rahmen des RINGANA target plan nicht nur ein finanzieller Vorteil (Provisionsanspruch), sondern auch eine dauerhafte Betreuungspflicht als Mentor:in. Die Art und Weise der Betreuung hat sich auf Basis der geltenden Regeln und Bestimmungen und unter Zuhilfenahme der von RINGANA zu diesem Zweck bereitgestellten Mittel und Werkzeuge nach dem jeweiligen Betreuungsbedarf der direkten Downline zu richten.

Die Nichteinhaltung dieser Betreuungsverpflichtung stellt einen Verstoß dar.

Verzichtet die Downline jedoch ausdrücklich (temporär oder dauerhaft) auf diese Betreuung durch den/die Mentor:in, so gilt die Betreuungsverpflichtung für den Zeitraum des Verzichts der betreffenden Downline als erfüllt.

RP gegenüber RINGANA und Dritten:

RP treten integer und korrekt auf, zeigen faires und respektvolles Verhalten zueinander als auch gegenüber Dritten sowie gegenüber RINGANA und den RINGANA Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Nach Beendigung der Tätigkeit als RP verhalten sich ehemalige RP respektvoll gegenüber RINGANA, anderen RP und RK und wahren die Marke RINGANA auch weiterhin.

5.4.2. NUTZUNG DES RINGANA KUNDEN-/PARTNER-POOLS FÜR ANDERE ZWECKE AUSSER FÜR RINGANA

Die Daten von RK und RP unterliegen strengen, datenschutzrechtlichen Bestimmungen (wie z.B.: der DSGVO) und sind nur zur Nutzung durch RINGANA und zur Nutzung durch jene RP, denen die RK bzw. die RP zugeordnet sind, im Rahmen der Geschäftsbeziehung mit RINGANA (in der RINGANA Sphäre) freigegeben. Eine Nutzung dieser Daten zu anderen Zwecken („Fischen im RINGANA Kunden-pool“ wie z.B.: zum Zwecke des Verkaufens oder Anbietens von anderen Produkten als von RINGANA oder zum Zwecke der Kooperation mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern oder Privatpersonen) ist nicht erlaubt.

Besteht bereits im Vorfeld ein anderes Business, eine andere Tätigkeit oder Dienstleistung – und steht diese nicht in unmittelbarer Konkurrenz zu RINGANA – ist hier verstärkt auf das Exklusivitätsprinzip sowie auf eine klare Trennung der Sphären (Tätigkeiten, Business) zu achten.

Das Empfehlen und die Bewerbung von RINGANA muss separat von Fremdmarken erfolgen. **Es gilt die Sphären zu trennen, das heißt, dass die Kundendaten, -stämme und Kommunikationskanäle getrennt gehalten werden müssen*.** **Das An- oder Abwerben von RP für andere Unternehmen stellt einen schweren Verstoß dar.**

FK verpflichten sich dem Grundsatz „RINGANA only“ (siehe 3. Prinzipien des RINGANA Business Modells).

***Zum Thema Sphärentrennung siehe 3. Prinzipien des RINGANA Business Modells**

5.4.3. AKTIVITÄTEN UND INHALTE AUSSERHALB**DER RINGANA KONZEPTION**

RP können eigene Veranstaltungen und Zusammenkünfte (wie z.B.: Feiern, Motivationsveranstaltungen, eigene Summits u.dgl.), welche dem Zweck des Team-buildings sowie der Aus- und Weiterbildung, der Kundenpflege und der Kundengewinnung innerhalb der RINGANA Sphäre dienen, in ihrer eigenen Verantwortung organisieren, solange diese keinen unlauteren Wettbewerb darstellen. Größere Veranstaltungen, ab einer Teilnehmerzahl von 100 Personen, sind vorab schriftlich (per E-Mail an compliance@ringana.com) bekannt zu geben.

Veranstaltungen sind an Orten und in einer Art und Weise, welche dem Image von RINGANA entspricht abzuhalten. Werden bei diesen Veranstaltungen Marketingmaterial oder sonstige Hilfsmittel verwendet, müssen diese dem jeweils aktuellen Stand (www.ringana.com) und den gültigen Regelungen und Bestimmungen entsprechen.

5.4.4. KOSTENPFLICHTIGE LEISTUNGEN INNERHALB**DER RINGANA SPHÄRE**

RP dürfen anderen RP in der RINGANA Sphäre (online wie offline) keine kostenpflichtigen Leistungen jeglicher Art (wie Kurse, Coachings, Dienstleistungen, Behandlungen, Honorare, Schulungen, Webinare etc.) anbieten. Diese Leistungen sind vollständig durch die von RINGANA an die RP ausbezahlte Provision abgegolten. Dasselbe gilt auch für RP, die nicht Teil der direkten Downline sind (Sideline und Crossline). Es ist im Sinne der Weiterentwicklung aller RP gewünscht, Wissen und Erfahrungen auch über die eigene Downline hinaus zu teilen.

**So we.
Gemeinsam sind wir stark,
gemeinsam erreichen wir mehr
als jeder für sich allein!**

Aktivitäten von Dritten:

Von Dritten abgehaltene, veranstaltete, angebotene oder empfohlene Aktivitäten sind vorab schriftlich zur Genehmigung an RINGANA Compliance zu senden. Hierbei gilt das Prinzip der Nichtuntersagung. Über individuelle Konditionen der Aktivität entscheidet die RINGANA Compliance.

5.4.5. EINHALTUNG DER DATENSCHUTZRECHTLICHEN BESTIMMUNGEN

RP verpflichten sich, die datenschutzrechtlichen Bestimmungen im Sinne der DSGVO zu achten und bei der Verarbeitung personenbezogener Daten von RK, anderen RP oder Dritten deren Grundsätze einzuhalten. Insbesondere sollte sich die Kontaktaufnahme und weitere Verarbeitung von personenbezogenen (insbesondere sensiblen) Daten immer auf die ausdrückliche Einwilligung der betroffenen Personen beziehen.

RP sind als selbstständige Unternehmer:innen verpflichtet, personenbezogene Daten in ihrem Geschäftsbereich als Verantwortliche selbst zu verwalten und übernehmen auch alle damit verbundenen Rechte und Pflichten laut Datenschutzrecht (z.B.: Erhebung aller Verarbeitungsvorgänge, Prüfung der Zweckmäßigkeit und Rechtmäßigkeit der Datenspeicherung, Formulierung notwendiger technischer und organisatorischer Maßnahmen). RINGANA übernimmt darüber hinaus keine Haftung für datenschutzrechtliche Verstöße von RP gegenüber RK, RP oder Dritten.

Anfragen von Betroffenen bzw. Behörden sind unbedingt durch die RP fristgerecht zu beantworten.

Jegliche Anfragen auf Auskunft, Berichtigung und Löschung von personenbezogenen Daten, die von betroffenen Personen an RP gestellt werden, sind fristgerecht zu beantworten und, falls zur Beantwortung notwendig, an compliance@ringana.com weiterzuleiten. Insbesondere sind RP angehalten, Widerrufs- bzw. Widerspruchsentscheidungen von RK zur Einwilligung der Verwendung ihrer personenbezogenen Daten bzw. zur Zusendung von Newslettern umgehend an RINGANA schriftlich weiterzuleiten (service@ringana.com).

Bei Nichteinhaltung der unter 5.4. fallenden Punkte können unfair values in einer Höhe von bis zu 30 vergeben werden.

5.5. Öffentlicher Auftritt

5.5.1. ONLINE-PRÄSENZ

Social Media:

Darunter fallen Online-Plattformen wie Instagram, Facebook, TikTok und Pinterest. Das richtige Auftreten als RP in Sozialen Medien wird durch den Social Media Guide geregelt. Die Bewerbung des RINGANA Business auf LinkedIn ist nicht gestattet.

Zusätzlich gilt für Videoplattformen wie YouTube, Vimeo u. dgl. Folgendes: Selbst erstellte Videos, die direkt oder indirekt Bezug zur RINGANA Sphäre haben, dürfen nicht auf YouTube u. dgl. hochgeladen werden. Ausgenommen von dieser Regelung sind FK. FK ist die Erstellung eines YouTube-Accounts mit RINGANA Inhalten in Abstimmung mit RINGANA Compliance erlaubt.

Eigene Websites:

Die verbindlichen Richtlinien für Internetseiten mit Bezug zu RINGANA sind in „Guidelines for Websites related to RINGANA“ (www.ringana.com) geregelt.

Anzeigenschaltung:

Sämtliche, geplante Anzeigenschaltungen in Verbindung mit dem RINGANA Business oder der RINGANA Produkte (online und offline), bedürfen einer vorherigen, schriftlichen Genehmigung bei RINGANA Compliance (compliance@ringana.com).

Nähere Informationen zum Schalten von Anzeigen in Sozialen Medien (RINGANA Paid Social Ads) können dem entsprechenden Eintrag in der Knowledgebase (www.ringana.com) entnommen werden.

Suchmaschinenwerbung (z.B.: Google Ads) im Zusammenhang mit der RINGANA Sphäre sowie eine sich daraus ergebende Verlinkung zum RINGANA Partner Webshop (Partnerseite) ist nicht möglich. RINGANA behält sich vor, bei sich aus Suchmaschinenwerbungen ergebenden Verlinkungen zum Partner Webshop von RP diese Websites temporär oder dauerhaft stillzulegen. Eine Rückerstattung der Kosten innerhalb der laufenden Abrechnungsperiode für einen im Sinne dieses Absatzes stillgelegten Partner Webshop ist ausgeschlossen.

5.5.2. PRESSE UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist RINGANA Sache.

Jegliche Anfrage aus Medien (Print, Online) oder von professionellen Bloggerinnen und Bloggern, Influencerinnen und Influencern, u.dgl. ist von RP umgehend schriftlich an RINGANA Compliance weiterzuleiten. Dies gilt auch für RP, die selbst in mittelbarer oder unmittelbarer Form als Medienherausgeber, Publizist oder in ähnlicher Form tätig sind – es sei denn, es liegt eine ausdrückliche und aufrechte Genehmigung von RINGANA vor.

Auch eine aktive Kontaktaufnahme – hierzu zählen auch Massenanschriften – ist nicht gestattet. Diese Art des Kontaktierens schädigt generell, das heißt unabhängig davon, ob es sich um Blogger:innen/Influencer:innen oder andere Personengruppen handelt, die Marke RINGANA und ist ausnahmslos zu unterlassen.

Bei Nichteinhaltung der unter 5.5. fallenden Punkte können unfair values in einer Höhe von bis zu 20 vergeben werden.

6. Schlußbestimmungen



6.1. Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieser GC Rules unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Inkrafttreten unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit der GC Rules im Übrigen unberührt. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll diejenige wirksame und durchführbare Regelung treten, deren Wirkungen der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommen, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen bzw. undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben. Die vorstehenden Bestimmungen gelten entsprechend für den Fall, dass sich die GC Rules als lückenhaft erweisen.

6.2. Sprachen

Diese GC Rules können in verschiedenen Sprachen erscheinen. Im Falle unterschiedlicher Auslegung der Sprachversionen ist die deutsche Fassung maßgebend.

6.3. Genehmigung und Inkrafttreten

Diese GC Rules v2.3 wurden von der RINGANA Geschäftsleitung genehmigt.

Sie wurden am 18.08.2025 auf www.ringana.com für alle RP zugänglich veröffentlicht und treten mit 01.09.2025 in Kraft. Die RP wurden über diese Veröffentlichung in Form eines Newsletters oder Newseintrages informiert. Diese GC Rules gelten mit 01.09.2025 bis zum Widerruf für alle Verfahren, für welche formell bis zu diesem Zeitpunkt noch kein Verfahren eröffnet wurde. Ein Verfahren gilt als formell eröffnet ab dem Zeitpunkt, ab welchem RINGANA erstmalig Kenntnis über einen vermuteten Verstoß erlangt.

St. Johann in der Haide, 18.08.2025

RINGANA Geschäftsleitung

