

Leitbild des Direktvertriebs

Präambel

Das Leitbild soll eine Orientierungshilfe und ein Leitfaden für die **Direktberater** (=Warenpräsentatoren) sein und richtet sich daher vor allem an diese und nicht an Dritte. Wer die Direktvertriebskarte („Golden Card“) verwendet, bekennt sich zu Inhalt und Geist des Leitbilds.

1. Der Direktvertrieb und der Direktberater (=Warenpräsentator)

Definition: Der Direktvertrieb ist die logische Verbindung von Direktvertriebsunternehmen und Konsumenten: Der Unternehmer im Direktvertrieb, der Direktberater, vermittelt auf Rechnung des Direktvertriebsunternehmens Waren oder Dienstleistungen an Konsumenten entweder im direkten Kontakt oder im Fernabsatz.

Netzwerke: Eine besonders verbreitete Form des Direktvertriebs besteht im Aufbau von Netzwerken mit weiteren Unternehmern/Partnern. In solchen Netzwerken unterstützt der Direktberater seine Partner im Vertrieb, dafür ist er an den von ihnen erzielten Umsätzen beteiligt. Die Partner können ihrerseits weitere Personen unterstützen.

Merkmale des Direktvertriebs: Die Selbständigkeit im Direktvertrieb weist folgende Merkmale auf:

- Die Tätigkeit ist ein freies Gewerbe nach der Gewerbeordnung und erfordert somit einen Gewerbeschein ohne Befähigungsnachweis.
- Die Tätigkeit bietet einen relativ einfachen Einstieg in die Selbständigkeit, da sie nur ein geringes Startkapital erfordert und somit ein geringes Risiko mit sich bringt. Daher eignet sich der Direktvertrieb als Tätigkeit parallel zum Hauptberuf.
- Wie in jeder selbständigen Tätigkeit hängen die Einkommensmöglichkeiten vom individuellen Arbeitseinsatz ab.
- Die Partner, das sind andere Direktberater und Direktvertriebsunternehmen, vermitteln das notwendige Produkt- und Vertriebs-Know-How.
- Der Direktvertrieb ist seit den 90er Jahren stark gewachsen und ist auch in Zukunft eine Wachstumsbranche.

Abgrenzung zum Pyramiden-/Schneeballsystem: Der Direktvertrieb in Netzwerken (Multilevelmarketing) unterscheidet sich ganz klar vom unzulässigen Pyramiden- und Schneeballsystem:

- Im Direktvertrieb steht der Produktverkauf, nicht das Anwerben von Personen im Vordergrund.
- Im Direktvertrieb sind Kauf oder Vermittlung ohne Anwerben möglich.
- Im Direktvertrieb besteht keine Pflicht zur Abnahme von Produkten. Hingegen besteht das Recht auf Erstattung bezahlter Beträge bei Rücktritt oder Rückgabe von Waren.
- Im Direktvertrieb ist eine Marktsättigung im Vorhinein nicht zu erwarten.
- Im Direktvertrieb können alle Beteiligten dauerhaft profitieren, von einem Pyramiden- oder Schneeballsystem profitieren nur die frühen Teilnehmer.

2. Verhaltensstandards für Direktberater

In seiner Tätigkeit tritt der Direktberater in Beziehung zu vielen Akteuren. Die Verhaltensstandards betreffen das Verhältnis zum Kunden, zum Direktvertriebsunternehmen und zu anderen Direktberater.

2.1. Das Verhältnis zum Kunden

Das Verhältnis zum Konsumenten bringt besondere Verantwortung und zahlreiche Pflichten mit sich:

Auftreten: Der Direktberater tritt professionell und korrekt auf. Beim Erstkontakt gibt er gegenüber Kunden stets seinen Namen an und weist sich entweder mit der Mitgliedskarte des Gremiums Direktvertrieb oder mit einem Lichtbildausweis aus. Auf Anfrage teilt er vorweg mit, welche(s) Unternehmen er vertritt.

Rücktrittsrecht: Der Direktberater informiert den Konsumenten über gesetzliche Rücktrittsrechte (z.B. Haustürgeschäft, Fernabsatz).

Beschränkung bei bestimmten Produkten: Das Aufsuchen von Privatpersonen ist in Bezug auf den Vertrieb von Nahrungsergänzungsmitteln, Arzneimitteln, Giften, Kosmetika, Heilbehelfen (auch Medizinprodukte), Edelsteine und -metalle, Waffen und pyrotechnischen Artikeln nicht gestattet. Das Selbe gilt für Werbeveranstaltungen in Privathaushalten bezüglich solcher Produkte. Die Vermittlung an anderen Orten, zB am Gewerbestandort ist zulässig. Gewerbestandort ist jede geeignete Räumlichkeit, die der Gewerbebehörde angezeigt wurde.

Fernabsatz: Vermittelt der Direktberater im Fernabsatz, also ohne persönlichen Kontakt (z.B. via Internet, Telefon, Email), gibt er dem Konsumenten noch vor Vertragsabschluss die nach § 5c Konsumentenschutzgesetz erforderlichen Informationen.

Werbe- und Informationsmaterial: Das vom Direktberater verwendete Werbe- und Informationsmaterial weist den Namen des Direktberaters und/oder den Namen des Direktvertriebsunternehmens auf. Telefonnummer, Postfach oder eine Internetadresse reichen nicht aus.

Emails, SMS, Faxe, Telefonanrufe: Der Direktberater richtet Emails, SMS, Faxe und Telefonanrufe zu Werbezwecken nur in zwei Fällen an **Konsumenten und Unternehmer:**

1. Der Adressat hat dem vorher zugestimmt.
2. - Der Direktberater hat die Kundenadresse im Zusammenhang mit dem Verkauf an seinen Kunden erhalten und
 - die Nachricht bezieht sich auf eigene ähnliche Produkte und
 - der Kunde hat klar und kostenfrei die Möglichkeit, die Nutzung seiner Emailadresse und den Empfang weiterer Nachrichten abzulehnen.

2.2. Das Verhältnis zum Direktvertriebsunternehmen

Den Pflichten des Direktberaters stehen hier auch Pflichten des Direktvertriebsunternehmens gegenüber:

Vermittlung: Der Direktberater vermittelt grundsätzlich auf Rechnung und im Namen des Direktvertriebsunternehmens, nicht auf eigene Rechnung. Für seine Vermittlungsleistung erhält er eine Vergütung (Provision) und regelmäßig Abrechnungen darüber.

Information: Das Unternehmen gibt dem Direktberater alle nötigen Informationen über Rechte und Pflichten, Verdienstmöglichkeiten und Kosten, die zu vertreibenden Produkte sowie genaue schriftliche Richtlinien für seine Tätigkeit (Handbuch). Der Direktberater hält sich im gesetzlichen Rahmen an die Richtlinien des Unternehmens und gibt dem Kunden alle Informationen, zu denen er vom Unternehmen instruiert wurde (zB über das Rücktrittsrecht bei Haustürgeschäften).

Finanzielle Verpflichtungen: Die bloße Teilnahme am Vertriebssystem sowie die Überlassung von Warenmustern und Werbemitteln soll für den Direktberater kostenlos sein. Zumindest sind allenfalls bezahlte Beträge im Fall der Rückgabe von Waren zu erstatten. Ausbildung und Schulung erfolgen höchstens zu Selbstkosten. Alle dem Direktberater auferlegten Kosten sollen in einem vernünftigen Verhältnis zur Gegenleistung stehen.

Ansprüche Dritter: Die Ansprüche des Konsumenten oder Dritter etwa aus Gewährleistung, Produkthaftung, Urheberrecht oder Medizinproduktgesetz richten sich an das Direktvertriebsunternehmen, nicht an den Direktberater. Sollte der Direktberater aus diesen Rechten heraus von Dritten in Anspruch genommen werden, so unterstützt das Unternehmen den Direktberater soweit als möglich.

Handelsvertretergesetz: Der Direktberater unterliegt dem Handelsvertretergesetz mit allen Rechten und Pflichten: Er vermeidet daher die Vertretung mehrerer Unternehmen bezüglich gleicher oder austauschbarer Produkte. Am Ende des Vertragsverhältnisses hat er grundsätzlich einen Anspruch auf Ausgleich.

Abwerben: Direktvertriebsunternehmen und Direktberater beachten beim Anwerben von Partnern und Kunden die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs.

2.3. Das Verhältnis zu anderen Direktberatern

Der Direktberater tritt einerseits in Konkurrenz zu anderen Direktberatern / Unternehmen (Wettbewerb), andererseits ist er Partner in einem Vertriebsnetzwerk (Partnerschaft).

Wettbewerb: Der Direktberater beachtet die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs, insbesondere beim Anwerben von Partnern.

Partnerschaft: Gegenüber seinen Partnern pflegt der Direktberater einen fairen Umgang.

Pyramiden- und Schneeballsystem: Der Direktberater nimmt nicht an unlauteren Systemen teil und fordert auch nicht andere zur Teilnahme auf.

2.4. Das Berufsethos des Direktberaters

Der Direktberater

- hält die Regeln dieses Leitbilds ein,
- bietet Service und Qualität,
- handelt gegenüber Kunden und Partnern verantwortungsvoll,
- trägt zum positiven Image des Berufsstands bei.

3. Das Gremium Direktvertrieb

Das Gremium Direktvertrieb ist die gesetzliche und europaweit einzige Interessenvertretung der selbständigen Direktberater. Das Gremium des Direktvertriebs vertritt die Vermittler von Waren. Es ist als Teil der Wirtschaftskammern Österreichs in allen Bundesländern vertreten und umfasste Anfang 2006 ca. 18.500 Mitglieder.

Aufgaben, Service für Mitglieder

Das Gremium Direktvertrieb

- vertritt die Interessen der selbständigen Direktberater in Österreich,
- setzt sich für bessere Rahmenbedingungen seiner Mitglieder ein,
- stärkt seine Mitglieder gegenüber den Direktvertriebsunternehmen,
- bietet Unterstützung beim Einstieg in die Selbständigkeit,
- ist Ansprechpartner bei Problemen,
- bietet umfassendes Service und Beratung für seine Mitglieder,
- bietet laufende Information und attraktive Produkte für seine Mitglieder.

Ziele, Position

Das Gremium Direktvertrieb

- setzt sich für Qualität und Seriosität im Direktvertrieb ein,
- setzt sich für die Einhaltung der gesetzlichen Regeln sowie der Verhaltensstandards für Direktberater ein,
- sorgt für einen fairen lautereren Wettbewerb innerhalb des Direktvertriebs,
- geht gegen unseriöse Methoden, insbesondere Pyramiden- und Schneeballsysteme vor.

