



Verhaltensstandards des Direktvertriebs

Mit Fairness zum Erfolg



Impressum

Herausgeber: Bundesverband Direktvertrieb
Deutschland e.V., Berlin 2002

© 2002 Alle Rechte beim Bundesverband
Direktvertrieb Deutschland e.V.,

Konzept, Grafik und Gestaltung:
Interview Medien GmbH, München

Verhaltensstandards des Direktvertriebs

Mit Fairness zum Erfolg



Inhalt

Vorwort	6
Präambel	7
1. Allgemeines	8
1.1 Anwendungsbereich	
1.2 Zielsetzung	
1.3 Glossar	
Direktvertrieb	
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.	
Unternehmen	
Außendienstmitarbeiter	
Produkt	
Verkaufen	
Heimvorführung	
Auftragsformular	
Anwerben	
Kontrollkommission	
1.4 Ausrichtung des Geschäftsbetriebs	
1.5 Reichweite der Verhaltensstandards	
1.6 Exterritoriale Wirkung	
2. Verhalten gegenüber Verbrauchern	12
2.1 Lauteres Verhalten	
2.2 Identifikation	
2.3 Informationspflichten	
2.4 Auftragsformular	
2.5 Widerrufsrecht	
2.6 Garantie und Kundendienst	
2.7 Werbematerial / Vergleichende Werbung	
2.8 Referenzen	
2.9 Achtung der Privatsphäre	
2.10 Progressive Kundenwerbung	
2.11 Lieferung	

3. Verhalten gegenüber Außendienstmitarbeitern 18

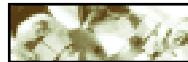


- 3.1 Einhaltung der Verhaltensstandards durch Außendienstmitarbeiter
- 3.2 Informationspflicht gegenüber Außendienstmitarbeitern
- 3.3 Vertragsverhältnis
- 3.4 Mündliche Zusicherungen gegenüber Verbrauchern
- 3.5 Übernahme finanzieller Verpflichtungen
- 3.6 Vertragsbeendigung
- 3.7 Lagerhaltung bei Außendienstmitarbeitern
- 3.8 Vergütung und Abrechnung
- 3.9 Aus- und Weiterbildung

4. Verhalten zwischen Unternehmen 22

- 4.1 Grundsatz
- 4.2 Abwerbung
- 4.3 Herabsetzung

5. Durchsetzung des Kodex 22



- 5.1 Verantwortung der Unternehmen
- 5.2 Kontrollkommission
- 5.3 Verstöße gegen die Verhaltensstandards des Direktvertriebs
- 5.4 Bearbeitung von Beschwerden
- 5.5 Veröffentlichung

Mitgliedsunternehmen im Bundesverband .. 25

Vorwort

Der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V. ist eine Vereinigung von namhaften und traditionsreichen Unternehmen, die ihre Waren und Leistungen potenziellen Kunden im Rahmen einer persönlichen Beratung zu Hause anbieten. Die Mitgliedsfirmen des Bundesverbandes haben schon 1980 Verhaltensstandards geschaffen und sich zur strikten Einhaltung im Interesse ihrer Kunden verpflichtet.

Die nachfolgenden Verhaltensstandards gehen auf den Europäischen Verhaltenskodex der Direktvertriebswirtschaft zurück; sie sind im April 1996 von den Mitgliedern des Bundesverbandes einstimmig verabschiedet worden und lösen die bisherigen Wettbewerbsregeln ab.

Auch sie verpflichten die Mitglieder des Bundesverbandes und ihre Außendienstmitarbeiter, im geschäftlichen Verkehr auf strikte Lauterkeit gegenüber Verbrauchern, Außendienstmitarbeitern und Mitbewerbern zu achten.

Diese Verpflichtung umfasst insbesondere

- faires Verhalten bei der Anbahnung, dem Abschluss und der Abwicklung des Vertrages
- die Einräumung eines gegenüber dem Gesetz erweiterten Widerrufsrechts
- redliches Verhalten im Umgang mit den Außendienstmitarbeitern.

Die Einzelheiten finden Sie auf den folgenden Seiten.

Präambel

Die Verhaltensstandards des Direktvertriebs enthalten ergänzend zu den bestehenden Gesetzen Leitlinien, nach denen die Mitgliedsunternehmen ihr Verhalten auf dem Markt ausrichten.

Die Verhaltensstandards des Direktvertriebs sind Bestandteil der Satzung des Bundesverbandes und konkretisieren die Grundsätze lauterer Geschäftsgabens gegenüber Verbrauchern, Außendienstmitarbeitern und Mitbewerbern.

Als Regelwerk für Verbraucherfreundlichkeit und Verbrauchersicherheit, aber auch für gute Sitten im Direktvertrieb gehen die Verhaltensstandards des Direktvertriebs weiter als gesetzliche Schutzvorschriften und können demzufolge als Instrument der Selbstregulierung dort, wo es zweckdienlich ist, von den Gerichten als ein Bezugsdokument im Rahmen der Auslegung gesetzlicher Vorschriften herangezogen werden.

Im Umgang mit dem Verbraucher als potenziellem Kunden werden die Mitgliedsunternehmen und ihre Außendienstmitarbeiter ein korrektes Verhalten sicherstellen.

Gegenüber ihren Außendienstmitarbeitern als den Leistungsträgern im Direktvertrieb obliegen den Mitgliedsunternehmen besondere, gerade aus dem Status der Selbständigkeit der Außendienstmitarbeiter entspringende Verantwortlichkeiten bei der Mitarbeitergewinnung, der Ausgestaltung und Beendigung des Vertragsverhältnisses sowie der internen Aus- und Weiterbildung.

Im Umgang untereinander werden die Mitgliedsunternehmen nach den Prinzipien strikter Lauterkeit und fairen Leistungswettbewerbs handeln.

Die Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs wird durch eine Kontrollkommission überwacht.

*Leitlinien für
sauberes
Marktverhalten*

1. Allgemeines

1.1 Anwendungsbereich

Die Verhaltensstandards des Direktvertriebs regeln die Beziehungen zwischen

- Direktvertriebsunternehmen bzw. Außendienstmitarbeitern und Verbrauchern
- Direktvertriebsunternehmen und Außendienstmitarbeitern
- den einzelnen Direktvertriebsunternehmen untereinander sowie
- Außendienstmitarbeitern untereinander.

Die Verhaltensstandards des Direktvertriebs gelten für den Direktvertrieb von Waren und Leistungen über Außendienstmitarbeiter an Verbraucher.

1.2 Zielsetzung

Zielsetzung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs sind

- Zufriedenheit und Schutz des Verbrauchers
- Zufriedenheit und Schutz des Außendienstmitarbeiters
- Förderung des fairen Leistungswettbewerbs zwischen Direktvertriebsunternehmen
- Pflege des Ansehens der Direktvertriebswirtschaft.

*Erste Priorität:
Kunden und
Mitarbeiterzufriedenheit*

1.3 Glossar

Für die Verhaltensstandards des Direktvertriebs haben die verwendeten Begriffe folgende Bedeutung:

*Wörterbuch des
Direktvertriebs*

Direktvertrieb:

Der Verkauf von Waren und Leistungen an den Verbraucher vornehmlich im Bereich einer Privatwohnung oder am Arbeitsplatz oder an anderen Orten außerhalb ständiger Geschäftsräume nach persönlicher Beratung und Vorführung durch einen Außendienstmitarbeiter.

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.

Die Unternehmensvereinigung der deutschen Direktvertriebswirtschaft, die in der Bundesrepublik Deutschland die Interessen namhafter Direktvertriebsunternehmen des privaten Konsumgüter- und Dienstleistungsbereichs vertritt.

Unternehmen:

Ein Direktvertriebsunternehmen, das sich einer Direktvertriebsorganisation zum Verkauf von Waren und Leistungen unter seiner Marke oder geschäftlichen Bezeichnung bedient und das Mitglied des Bundesverbandes ist.



Außendienstmitarbeiter:

Eine Person, die der Vertriebsorganisation eines Unternehmens angehört. Dazu zählen insbesondere Handelsvertreter, angestellte Vertreter, Franchisenehmer, Kommissionäre sowie Eigenhändler und andere selbständige Vertragspartner.

Produkt:

Waren und Leistungen.

Verkaufen:

Die Kontaktaufnahme zu Verbrauchern, die Erklärung und Vorführung von Produkten im Rahmen einer persönlichen Beratung oder Heimvorführung sowie die Entgegennahme bzw. Ausführung von Bestellungen. Das Inkasso von Zahlungen kann ergänzend hinzutreten.

Heimvorführung:

Die Vorführung und Erklärung von Produkten vor einer Gruppe von Verbrauchern durch einen Außendienstmitarbeiter zum Zwecke des Verkaufs, vornehmlich in der Wohnung eines Gastgebers, der weitere Verbraucher dazu eingeladen hat.

Auftragsformular:

Schriftliche Bestellungen oder Verträge.

Anwerben:

Alle Tätigkeiten mit dem Ziel, Außendienstmitarbeiter zu gewinnen.

Kontrollkommission:

Ein unabhängiges Gremium, das die Aufgabe hat, die Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs durch die Unternehmen und Außendienstmitarbeiter zu kontrollieren und über Beschwerden von Verbrauchern und Außendienstmitarbeitern zu entscheiden.

1.4 Ausrichtung des Geschäftsbetriebs

Jedes Unternehmen erklärt sich dem Bundesverband gegenüber zur Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs als Bedingung für seine Aufnahme und Fortsetzung seiner Mitgliedschaft bereit.

Jedes Unternehmen hat seinen Geschäftsbetrieb nach einem Verkaufs- und Anwerbeprogramm ausgerichtet, das auf den Absatz von Qualitätsprodukten und -leistungen zu fairen Konditionen an Verbraucher abzielt, die außerhalb der Vertriebsorganisation stehen.

1.5 Reichweite der Verhaltensstandards

Die Verhaltensstandards des Direktvertriebs sind eine Maßnahme der Selbstregulierung der Direktvertriebswirtschaft. Mit der Beendigung der Mitgliedschaft im Bundesverband ist ein Unternehmen nicht mehr an die Verhaltensstandards des Direktvertriebs gebunden, seine Regeln bleiben für den Zeitraum anwendbar, in dem das Unternehmen Mitglied war.

1.6 Exterritoriale Wirkung

Jedes Unternehmen erklärt sich dem Bundesverband gegenüber als Bedingung für seine Aufnahme und Fortsetzung seiner Mitgliedschaft im Falle von Vertriebsaktivitäten außerhalb des territorialen Geltungsbereichs der Verhaltensstandards bereit, den Verhaltenskodex des Weltverbandes des Direktvertriebes zu beachten, soweit die Vertriebsaktivitäten nicht dem Verhaltenskodex eines anderen Direktvertriebsverbandes unterliegen, dessen Mitglied das Unternehmen ebenfalls ist.

2. Verhalten gegenüber

2.1 Lauteres Verhalten

Die Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter unterlassen bei Kontaktaufnahme mit dem Verbraucher alles, was Missverständnisse über den Zweck des Kontaktes herbeiführen könnte.

Die Außendienstmitarbeiter werden auf Wunsch des Verbrauchers

- auf das Unterbreiten des Angebotes verzichten oder
- das Unterbreiten des Angebotes auf einen anderen Zeitpunkt verschieben oder
- ein begonnenes Verkaufsgespräch abbrechen.

Der Kunde ist König

Die Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter werden alles unterlassen, was den Verbraucher bestimmen könnte, das unterbreitete Angebot lediglich deshalb anzunehmen, um

- dem Anbieter einen persönlichen Gefallen zu tun oder
- ein unerwünschtes Gespräch zu beenden oder
- in den Genuss eines Vorteils zu kommen, der nicht Gegenstand des Angebotes ist oder um sich für die Zuwendung eines solchen Vorteils erkenntlich zu zeigen.

2.2 Identifikation

Die Außendienstmitarbeiter werden im persönlichen Kontakt mit dem Verbraucher und vor einem Verkaufsgespräch unaufgefordert und wahrheitsgemäß

- sich mit Namen vorstellen
- auf Wunsch sich in geeigneter Weise ausweisen und über Name und Anschrift des Unternehmens informieren

Ihre Basis für Seriosität

Verbrauchern

- bei Heimvorführungen dem Gastgeber und den Teilnehmern der Heimvorführung den Grund und Zweck der Veranstaltung erklären.

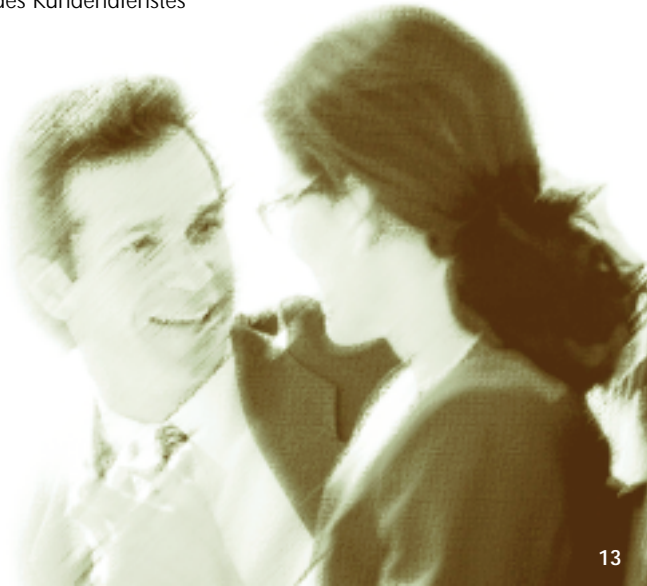
2.3 Informationspflichten

Die Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter werden den Verbraucher in geeigneter Weise und so umfassend informieren und alle Fragen, die Produkte und Angebot betreffen, wahrheitsgemäß und vollständig beantworten, so dass er noch während laufender Widerrufs- bzw. Rückgabefristen die Möglichkeit hat, seine Kauf- bzw. sonstige vertragliche Entscheidung in Ruhe zu überdenken.

*Entscheidungshilfe
durch Aufklärung*

Diese Informationspflicht erstreckt sich auf Angaben über:

- Verwendungszweck, Verwendungsweise und Beschaffenheit der angebotenen Produkte
- Umfang der angebotenen Leistung einschließlich des Kundendienstes



- Bar- und ggf. Teilzahlungspreise wie eventuelle Nebenkosten
- Zahlungsbedingungen
- das gesetzliche Widerrufsrecht nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches über den Verbraucherdarlehensvertrag
- das gesetzliche Widerrufsrecht nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches über Haustürgeschäfte
- über diese gesetzlichen Rechte hinausgehende im Rahmen dieser Verhaltensstandards eingeräumte Widerrufsrechte
- Umfang der Garantie bzw. Gewährleistung und Haftung
- Lieferung.

2.4 Auftragsformular

Die Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter werden dem Verbraucher spätestens bei Vertragsabschluss ein ausgefülltes schriftliches Auftragsformular aushändigen, das die folgenden Informationen enthält:

- Name und vollständige Anschrift beider Vertragspartner; soweit der Außendienstmitarbeiter Vertragspartner ist, zusätzlich Name und Anschrift des Unternehmens
- Art und Umfang der Bestellung
- ggf. Lieferfristen
- Bar- und ggf. Teilzahlungspreise sowie evtl. Nebenkosten
- Zahlungsbedingungen

*Zur Sicherheit
des Verbrauchers*

- Umfang der Garantie bzw. Gewährleistung, der Haftung und sonstiger gleichgerichteter Ansprüche des Verbrauchers.

Alle Angaben müssen deutlich lesbar sein.

2.5 Widerrufsrecht

Die Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter werden dem Verbraucher weitergehend als das gesetzliche Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften im Bürgerlichen Gesetzbuch, das Recht einräumen, seine auf einen Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung binnen einer Frist von **zwei Wochen** auch in folgenden Fällen in Textform oder durch Rücksendung der Ware zu widerrufen, wenn

- die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Abschluss des Vertrages beruht, auf vorhergehende Bestellung des Verbrauchers geführt worden sind
- die Leistung bei Abschluss der Verhandlungen sofort erbracht und bezahlt wird und das Entgelt 40 Euro nicht übersteigt.

Sie werden über dieses Recht, seinen Umfang, seine Folgen und die Art seiner Ausübung nach dem Gesetz belehren.

Bei Verbrauchermessen bzw. -ausstellungen beträgt die Widerrufsfrist, soweit nicht das gesetzliche Widerrufsrecht gilt, eine Woche.

2.6 Garantie und Kundendienst

Bedingungen, Laufzeit und Umfang einer etwaigen Garantie, Name und Adresse des Garantieträgers sowie die Geltendmachung von Garantieansprüchen, Voraussetzungen und Umfang des Kundendienstes werden verständlich beschrieben entweder im Auftragsformular, in einer gesonderten Druckschrift oder in Begleitpapieren bei der Produktauslieferung.

Die Rückversicherung für den Kunden - besser als das Gesetz

Damit der Kunde weiß, woran er ist.

2.7 Werbematerial / Vergleichende Werbung

Werbeunterlagen wie Prospekte, Anzeigen, Kataloge u. Ä. enthalten Namen und Anschrift des Unternehmens und, soweit der Außendienstmitarbeiter Vertragspartner werden soll, auch des Außendienstmitarbeiters.

In allen Werbeunterlagen unterlassen Unternehmen bzw. Außendienstmitarbeiter jegliche Irreführung des Verbrauchers über die Art des Vertriebsweges und über Preise und Eigenschaften der Produkte.

Vergleiche mit konkurrierenden Unternehmen oder Konkurrenzprodukten werden grundsätzlich unterlassen, es sei denn, der Vergleich ist wahr und sachlich gehalten und dient der Auskunft bei besonderem Aufklärungsinteresse des Verbrauchers.

2.8 Referenzen

Unternehmen bzw. Außendienstmitarbeiter werden zu geschäftlichen Zwecken gegenüber dem Verbraucher nur auf Empfehlungsschreiben, Testergebnisse oder andere Personen Bezug nehmen, wenn

- dies autorisiert ist
- dies zutreffend ist
- dies zeitgemäß bzw. nicht überholt ist oder
- Empfehlungsschreiben, Tests und/oder persönliche Referenzen in einem Zusammenhang zu dem beabsichtigten Zweck stehen.

2.9 Achtung der Privatsphäre

Außendienstmitarbeiter verhalten sich nicht aufdringlich. Insbesondere haben Besuche und telefonische Kontakte zu angemessenen Uhrzeiten stattzufinden.

Unternehmen und ihre Außendienstmitarbeiter werden auf kaufmännisch unerfahrene Personen Rücksicht nehmen und keinesfalls deren Alter, Krankheit oder beschränkte Einsichtsfähigkeit ausnutzen, um sie zum Abschluss eines Vertrages zu veranlassen. Bei Kontakten zu sog. sozial schwachen oder fremdsprachigen Bevölkerungsgruppen werden sie die gebotene Rücksicht auf deren finanzielle Leistungsfähigkeit und deren Einsichts- und sprachliche Verständnissfähigkeit nehmen und insbesondere alles unterlassen, was die Angehörigen solcher Gruppen zu ihren Verhältnissen nicht entsprechenden Bestellungen veranlassen könnte.

*Kein Geschäft
um jeden Preis*

2.10 Progressive Kundenwerbung

Unternehmen und Außendienstmitarbeiter werden einen Verbraucher nicht zum Kauf von Produkten oder zur Abnahme von gewerblichen Leistungen oder Rechten durch das Versprechen besonderer Vorteile veranlassen, wenn diese Vorteile an folgenden zukünftigen, ungewissen Erfolg gekoppelt sind:

- andere Verbraucher zum Abschluss gleichartiger Geschäfte zu veranlassen, denen ihrerseits derartige Vorteile für eine entsprechende Werbung weiterer Verbraucher in Aussicht gestellt werden.

*Bitte kein
Schneeballsystem*

2.11 Lieferung

Unternehmen bzw. ihre Außendienstmitarbeiter stellen sicher, dass die Bestellung des Verbrauchers vertragsgemäß abgewickelt wird.

3. Verhalten gegenüber

3.1 Einhaltung der Verhaltensstandards durch Außendienstmitarbeiter

Die Unternehmen verpflichten ihre Außendienstmitarbeiter zur Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs.

3.2 Informationspflicht gegenüber Außendienstmitarbeitern

Außendienstmitarbeiter werden ausschließlich nach den allgemein anerkannten Prinzipien des lautereren Wettbewerbs angeworben.

Die Außendienstmitarbeiter und die Bewerber für eine Außendienstmitarbeiter-Tätigkeit sind wahrheitsgemäß und vollständig über ihre Rechte und Pflichten zu informieren. Die Informationspflicht der Unternehmen erstreckt sich insbesondere darauf, welche vertraglichen und gesetzlichen Verpflichtungen der Status als selbständiger Außendienstmitarbeiter mit sich bringt, die Pflicht zur Gewerbeanmeldung oder zur Beantragung einer Reisegewerbekarte, zur Zahlung von Steuern und Abgaben.

Die Unternehmen werden ihre Außendienstmitarbeiter und die Bewerber für eine Außendienstmitarbeiter-Tätigkeit wahrheitsgemäß und vollständig sowohl über die Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten als auch die gewöhnlich anfallenden Kosten und Aufwendungen unterrichten.

Alle Angaben über Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten müssen auf nachweisbaren Tatsachen beruhen.

Der Vertriebsplan des Unternehmens muss transparent, verständlich und darf nicht irreführend sein.

Wer auf eigenen Füßen steht, braucht besondere Infos

Wer einen Rosengarten verspricht, muss auch über Dornen reden!

Außendienstmitarbeitern

3.3 Vertragsverhältnis

Unternehmen und Außendienstmitarbeiter vereinbaren ihre Zusammenarbeit in einem schriftlichen Vertrag. Dieser Vertrag enthält die wesentlichen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien.

Der Bundesverband distanziert sich von solchen Geschäftspraktiken, die auf die kommerzielle Ausnutzung der Privatsphäre der Außendienstmitarbeiter abzielen und/oder mit den Mitteln einer sektenähnlichen Gemeinschaft persönliche Abhängigkeiten schaffen wollen, die zu einer umfassenden Vereinnahmung der Persönlichkeit des jeweiligen Außendienstmitarbeiters führen.

*Schutz der
Privatsphäre*

3.4 Mündliche Zusicherungen gegenüber Verbrauchern

Außendienstmitarbeiter werden nur mündliche Zusicherungen gegenüber Verbrauchern machen, wenn sie vom Unternehmen dazu ermächtigt sind.



3.5 Übernahme finanzieller Verpflichtungen

Unternehmen werden ihre Außendienstmitarbeiter nicht zu unverhältnismäßig hohen finanziellen Leistungen für Eintritt, Schulung, Verkaufsförderungsmittel, Franchising oder für das bloße Recht, am Vertriebssystem teilzunehmen, veranlassen. Finanzielle Leistungen des Außendienstmitarbeiters müssen sich in einem angemessenen Rahmen halten und durch adäquate Gegenleistungen des Unternehmens belegt sein.

3.6 Vertragsbeendigung

Im Falle der Vertragsbeendigung werden Unternehmen einwandfreie Vorratsware zu Einstandspreisen zurücknehmen. Hat das Vertragsverhältnis länger als sechs Monate gedauert, kann eine Bearbeitungsgebühr von maximal 10 Prozent des Einstandspreises berechnet werden.

3.7 Lagerhaltung bei Außendienstmitarbeitern

Unternehmen werden ihre Außendienstmitarbeiter weder direkt noch mittels wirtschaftlicher Anreize veranlassen, unverhältnismäßig große Lagerbestände anzulegen.

Bei der Verhältnismäßigkeit eines Lagerbestandes sind zu berücksichtigen die

- Verdienstmöglichkeiten
- Art der Produkte und deren Absatzmöglichkeiten
- Unternehmenspolitik bei Rücknahme und Rückvergütungen.

Ware zurück-
Geld zurück

Keine rickanten
Warenbestände

3.8 Vergütung und Abrechnung

Unternehmen werden ihren Außendienstmitarbeitern in regelmäßigen Zeiträumen Abrechnungen übergeben, die Angaben zu Vergütung (Provisionen, Prämien, Nachlässe und dergleichen), Lieferungen, Stornierungen und sonstige relevante Daten enthalten. Alle fälligen Zahlungen werden ohne Verzögerung und ungerechtfertigte Abzüge geleistet.

3.9 Aus- und Weiterbildung

Unternehmen werden ihren Außendienstmitarbeiter eine – in Zeitaufwand und Inhalt – angemessene Aus- und Weiterbildung anbieten, die im Rahmen eines Aus- und Weiterbildungsprogramms folgende Fertigkeiten und Kenntnisse vermittelt:

- die den Direktvertrieb regelnden gesetzlichen Bestimmungen
- die gesetzlichen Verpflichtungen des Außendienstmitarbeiter
- Kenntnisse dieser Verhaltensstandards des Direktvertriebs
- Firmenkenntnisse
- wesentliche kaufmännische Rechtsgrundsätze
- Marktkenntnisse/Wettbewerbskenntnisse
- Produktkenntnisse
- Führung von Beratungs- und Verkaufsgesprächen unter Berücksichtigung der durch die Verhaltensstandards auferlegten Selbstbeschränkungen.

Schulungen erfolgen stets markt- und angebotsbezogen höchstens zu Selbstkosten; Schulungs- und Werbematerialien werden den Außendienstmitarbeitern ebenfalls höchstens zu Selbstkosten zur Verfügung gestellt.

4. Verhalten zwischen Unternehmen

4.1 Grundsatz

Die Mitglieder des Bundesverbandes werden sich untereinander fair verhalten.

4.2 Abwerbung

Unternehmen und deren Außendienstmitarbeiter werden Außendienstmitarbeiter eines anderen Unternehmens nicht systematisch ansprechen und abwerben.

Respekt vor Mitbewerbern

4.3 Herabsetzung

Unternehmen werden weder Behauptungen aufstellen noch verbreiten oder Äußerungen ihrer Außendienstmitarbeiter dulden, die das Produkt oder das Vertriebssystem eines anderen Unternehmens in unfairen Weise herabsetzen.

5. Durchsetzung des Kodex

5.1 Verantwortung der Unternehmen

Die Verantwortung für die Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs liegt bei den Unternehmen.

Bei einer Verletzung der Verhaltensstandards werden die Unternehmen alle Möglichkeiten ausschöpfen, um den betreffenden Verbraucher/ Beschwerdeführer zufrieden zu stellen.



*Vertrauen ist gut,
Kontrolle ist besser!*

5.2 Kontrollkommission

Die Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs durch die Unternehmen und ihre Außendienstmitarbeiter wird durch die Kontrollkommission überwacht. Sie wird über alle Streitig gebliebenen Beschwerden von Verbrauchern und Außendienstmitarbeitern, die auf einer Verletzung der Verhaltensstandards beruhen, entscheiden.

Das Recht des Verbrauchers oder Außendienstmitarbeiters, die ordentlichen Gerichte anzurufen, bleibt unberührt.

5.3 Verstöße gegen die Verhaltensstandards des Direktvertriebs

Bei Verstößen gegen die Verhaltensstandards des Direktvertriebs kann die Kontrollkommission von den betroffenen Unternehmen u. a. folgende Maßnahmen fordern:



- Stornierung von Aufträgen
- Rücknahme der Ware
- Erstattung von Zahlungen
- Verwarnung von Außendienstmitarbeitern
- Kündigung von Verträgen mit Außendienstmitarbeitern.

Der Bundesverband kann darüber hinaus folgende Maßnahmen treffen:

- Abmahnung von Unternehmen
- Ausschluss von Unternehmen aus dem Verband und
- die Bekanntmachung derartiger Maßnahmen.

5.4 Bearbeitung von Beschwerden

Eingehende Beschwerden werden unverzüglich bestätigt und kostenlos bearbeitet. Über sie wird innerhalb einer angemessenen Frist entschieden.

5.5 Veröffentlichung

Der Bundesverband wird die Verhaltensstandards des Direktvertriebs veröffentlichen und so bald wie möglich bekannt machen. Exemplare der Verhaltensstandards werden der Öffentlichkeit kostenlos zur Verfügung gestellt.

A AMC ALFA METALCRAFT CORPORATION
Handelsgesellschaft mbH, 55408 Bingen am Rhein

APONA-SCHILLER GmbH
Am Langholz 13, 88289 Waldburg-Hannover

ARAS Tiernahrung Vertriebsgesellschaft mbH
Äußere Sulzbacher Straße 15, 90489 Nürnberg

AVON Cosmetics GmbH
Postfach 23 17 01, 85326 München-Flughafen

B Bacchus Weinhaus Graf Eltz GmbH
Rosengasse 4, 65343 Eltville

Biocomfort
Produkte zur Gesundheitspflege GmbH
Postfach 5029, 73716 Esslingen

BKM Bausparkasse Mainz AG
Postfach 1480, 55004 Mainz

D DÉESSE Deutschland GmbH
Postfach 209, 82051 Sauerlach

DeTeKabelService Zentrale Dienste GmbH & Co.KG
Welschnonnenstraße 7, 53111 Bonn

Wilh. Drache KG GmbH & Co.
Schützenstraße 98-106, 42659 Solingen

E EISMANN TIEFKÜHL-HEIMSERVICE GMBH & CO. KG
Postfach 10 04 54, 40804 Mettmann

EMG Elektro & Metallwaren Vertriebs GmbH
Gaustraße 21-23, 55411 Bingen/Rhein

H HAKA Kunz GmbH
Postfach 20 00, 71107 Waldenbuch

HAKAWERK
W. Schlotz GmbH
Postfach 12 80, 71108 Waldenbuch

Heim & Haus GmbH & Co. KG
Postfach 11 02 58, 47142 Duisburg

I **Reichsgraf von Ingelheim**
Weingut, Weinkellerei GmbH
Carl-Zuckmayer-Straße 18, 55299 Nackenheim

inmediaOne] GmbH
Bertelsmann Direktvertriebe
Postfach 600, 33311 Gütersloh

J **Jafra Cosmetics GmbH & Co. KG**
Riesstraße 25, 80992 München

K **Kurfürsten Hof Weinkellerei GmbH**
Frohnhof 7, 55283 Nierstein

L **Pierre Laforest GmbH**
Biebricher Allee 91, 65187 Wiesbaden

Pierre Lang
Schmuckhandels GmbH Deutschland
Postfach 13 55, 85543 Kirchheim

Lux (Deutschland) GmbH
Postfach 53 04 60, 22534 Hamburg

M **Mary Kay Cosmetics GmbH**
Postfach 12 51, 82168 Puchheim

N **Niederthäler Hof**
Weingut – Weinkellerei GmbH
55596 Schlossböckelheim

P **PartyLite GmbH**
Tullastr. 14, D-69115 Heidelberg

T **Tupperware Deutschland GmbH**
Postfach 93 01 20, 60456 Frankfurt

V **Vorwerk Deutschland Stiftung & Co. KG**
Mühlenweg 17-37, 42270 Wuppertal

W **Weinhaus St. Katharinen**
Heinrich Nepomuk Steyert GmbH
Bruckmühlenstraße 2, 79235 Vogtsburg-Oberrotweil



Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.
Bundesallee 221, 10719 Berlin
e-mail: info@bundesverband-direktvertrieb.de
Internet: www.bundesverband-direktvertrieb.de