



*Schweizerischer Verband der Direktverkaufsfirmen
Association Suisse pour la Vente Directe*

SVDF Kriterien der Aktiv-Mitgliedschaft im Verband

1. Ein Unternehmen kann Aktivmitglied des SVDF werden, wenn es primär Direktverkauf betreibt.

Direktverkauf ist der persönliche Verkauf von Waren und Dienstleistungen an den Verbraucher in der Wohnung oder am Arbeitsplatz, in wohnungsnaher oder wohnungsähnlicher Umgebung. Charakteristisch für den Direktverkauf ist immer der direkte, persönliche Kontakt zwischen Anbieter und Kunde, der einen beiderseitigen Informationsaustausch ermöglicht und mit einer intensiven Beratung des Kunden verbunden ist. Der Direktverkauf beinhaltet insbesondere (die Aufzählung ist nicht abschliessend):

- a. den klassischen Vertreterverkauf: Ein Aussendienstmitarbeiter besucht einen potenziellen Kunden in der Wohnung oder am Arbeitsplatz und bietet ihm dort im Rahmen eines Beratungsgesprächs bestimmte Waren oder Dienstleistungen an.
 - b. Heimdienste: Der Kunde wird in seiner Wohnung aufgesucht und in regelmässigem Turnus mit Konsumgütern beliefert (z.B. Tiefkühlprodukte, Nahrungsergänzungen etc.)
 - c. Heimvorführungen/Partys: Mehrere potenzielle Kunden werden gemeinsam in der Wohnung eines der Teilnehmer beraten. Oft findet die Produktpräsentation und Beratung im Rahmen einer kleinen „Party“ statt. Der Kunde hat so die Möglichkeit, die Anwendung der Produkte direkt mitzuverfolgen, die Produkte selbst auszuprobieren und kann die Angebote mit anderen Teilnehmern besprechen.
2. Das Unternehmen hat entweder seinen Sitz in der Schweiz (Handelsregister-Eintragung), besitzt eine feste Zweigniederlassung in der Schweiz (Handelsregister-Eintragung) oder es handelt sich um die Niederlassung einer international tätigen Unternehmung. Im Falle der festen Zweigniederlassung muss:
 - a. in der Schweiz ein Büro oder ein anderer fester Ort der Geschäfts- oder Verwaltungstätigkeit vorhanden sein und zusätzlich
 - b. mindestens eine Person permanent in der Schweiz anwesend sein, welche die Zweigniederlassung verantwortlich gegenüber Konsumenten, Behörden und Organisationen vertreten und verpflichten kann.
 3. Ausländische Unternehmen ohne feste Zweigniederlassung in der Schweiz und ohne permanente personelle Vertretung in der Schweiz sind als SVDF-Mitglieder ungeeignet.
 4. Ein DV-Unternehmen soll während wenigstens einem Jahr in der Schweiz aktiv gewesen sein, bevor es im Verband aufgenommen wird.



*Schweizerischer Verband der Direktverkaufsfirmen
Association Suisse pour la Vente Directe*

5. Nicht unter den Direktverkauf fallen und somit von einer Mitgliedschaft ausgeschlossen sind (die Aufzählung ist nicht abschliessend):
 - a. Reines Direktmarketing insbesondere Telefonmarketing. Direktmarketing ist die Stufe vor dem Direktverkauf, mit welchem die Akquisition eines Kunden vorbereitet wird.
 - b. Sogenannte „Kaffeefahrten“: Hierbei handelt es sich um eine organisierte Fahrt mit Bus (oder Schiff) mit angeschlossener Verkaufsveranstaltung. Die Kaffeefahrt ist in erster Linie ein Verkaufsinstrument und für den Organisator der eigentliche Zweck der Reise.
 - c. Telefon-Verkauf ist nur als verkaufsunterstützendes oder -begleitendes Kontaktmittel zulässig.
6. Die Verkaufstätigkeiten, welche gemäss Bundesgesetz über die Reisenden (BGRG) eine Bewilligung benötigen, müssen Gewähr bieten, dass ihre Aussendienstmitarbeiter eine solche Bewilligung gelöst haben.
7. Die Aufnahme in den Verband setzt voraus, dass das Unternehmen eine angemessene Schulung seiner Aussendienstmitarbeiter permanent gewährleistet. Die Aufnahme in den Verband setzt voraus, dass das Unternehmen mindestens die Rückgaberechte der Kunden gemäss Bestimmungen von Artikel 40a ff OR beziehungsweise des jeweils gültigen Ehrenkodex' des Verbandes einhält.
8. Die Mitgliedschaft im Verband setzt die Unterzeichnung des SVDF-Ehrenkodex voraus.
9. Zusätzlich muss gelten:
 - a. Der Verkauf von Produkten (an Endverbraucher und Aussendienstmitarbeiter steht im Mittelpunkt, nicht die Anwerbung von Personen).
 - b. Levels: weniger als oder bis zu zehn. Mehr als zehn sind nicht überblickbar. Die bisherige Zielsetzung von nicht mehr als fünf Levels ist wohl zu streng. Die Möglichkeit eine eigene Struktur zu bilden schliesst Missbrauch aus → keine Pyramide. Die obere Stufe profitiert nicht mehr mit. Es ist nicht notwendig (aber gefährlich), dass das Produkt von der Firma geliefert wird. Die Gefahr besteht in der Anlegung von Depots. Eine entsprechende Überwachungskompetenz der Regionalleiter muss dies regeln.
10. Der SVDF Vorstand ist befugt, zusätzliche „subjektive“ Kriterien im Entscheid über Aufnahme in den Verband zu berücksichtigen, wie:
 - a. die Art und Weise der Rekrutierung
 - b. eventuell Ausschluss „heikler“ Produkte. Produkte, welche in sich selber „heikel“ sind oder Produkte, welche in Verbindung mit Direktverkauf als heikel angesehen werden.
 - c. Regelung über „Eintrittsgeld“ (Produktekauf, Einsteigerset, Schulungsgebühren) des neuen Mitarbeiters / der neuen Mitarbeiterin.
 - d. Ruf, Ansehen, Qualitätsmerkmale der Firmen (bei Medien, Konsumentenorganisationen).