



Schweizerischer Verband der Direktverkaufsfirmen
Association Suisse pour la Vente Directe

Ehrenkodex SVDF

1. Allgemein

1.1. Anwendungsbereich

Dieser Kodex betrifft das Verhältnis von:

- Direktverkaufsunternehmen bzw. Aussendienstmitarbeitern und Verbrauchern;
- Direktverkaufsunternehmen und Aussendienstmitarbeitern;
- Einzelnen Direktverkaufsunternehmen untereinander und
- Aussendienstmitarbeiter untereinander sowie
- Einzelne BeschwerdeführerInnen, Beschwerdestelle und Mitgliedsfirmen.

1.2. Zielsetzung

- Zufriedenheit und Schutz des Verbrauchers
- Zufriedenheit und Schutz des ADM
- Förderung des fairen Leistungswettbewerbs zwischen Direktverkaufsunternehmen
- Image-Pflege der Direktverkaufswirtschaft

1.3. Begriffe

- Direktverkauf
- Direktverkaufsfirmen
- SVDF
- Verbraucher/Kunde
- Aussendienstmitarbeiter
- Produkt
- Verkaufen
- Persönliche Beratung
- Bestellformular
- Anwerben
- Online-Shopping
- Beschwerdestelle
- E-Commerce
- Beschwerdestelle/Ethikkommission
- Schlichtungsstelle/Ombudsstelle

1.4. Ausrichtung des Geschäftsbetriebs

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

1.5. Jährliche Unterzeichnung

Jedes Unternehmen erklärt sich durch jährliche Unterzeichnung dem SVDF gegenüber zur Einhaltung des Verhaltenskodex des DV als Bedingung für seine Aufnahme und Fortsetzung seiner Mitgliedschaft bereit.

Mitgliedsfirmen verpflichten sich, diesen Ehrenkodex zu veröffentlichen, insbesondere die allgemeinen Bestimmungen über das Verhältnis Kunden zu Aussendienstmitarbeitern. Konsumenten und Aussendienstmitarbeiter werden über die Erhältlichkeit dieses Ehrenkodex informiert.

1.6. Reichweite des Verhaltenskodex

Der Verhaltenskodex des DV ist eine Massnahme der Selbstregulierung der Direktverkaufswirtschaft.

Das Nichteinhalten des Ehrenkodex zieht keine zivilrechtlichen Konsequenzen nach sich; Unternehmen binden sich freiwillig an die Verpflichtung.

Gesetzliche Anforderungen, die nicht im Kodex aufgeführt sind, müssen zwingend eingehalten werden.

Länderspezifische Rechtsregeln

Unternehmen und Aussendienstmitarbeiter sind verpflichtet, alle gesetzlichen Vorschriften in allen Ländern ihrer Tätigkeit einzuhalten. Deshalb wird in diesem Ehrenkodex nicht über alle rechtlichen Verpflichtungen kommentiert, welche von Unternehmen und Aussendienstmitarbeitern einzuhalten sind.

Mit der Beendigung der Mitgliedschaft im Bundesverband ist ein Unternehmen nicht mehr an die Verhaltensstandards gebunden. Für den Zeitraum, in dem das Unternehmen Mitglied war, behalten die Verhaltensstandards ihre Geltung.

Exterritoriale Wirkung

Als Bedingung für die Aufnahme und Fortsetzung der Mitgliedschaft erklärt sich jedes Unternehmen dem SVDF gegenüber dazu bereit, im Falle von Vertriebsaktivitäten ausserhalb des territorialen Geltungsbereichs der Verhaltensstandards, den Verhaltenskodex des Weltverbandes des Direktvertriebs zu beachten. Einzige Ausnahme: Die Vertriebsaktivitäten unterliegen bereits dem Verhaltenskodex eines anderen Direktvertriebsverbandes, dessen Mitglied das Unternehmen ebenfalls ist. Wenn ausserhalb des territorialen Geltungsbereichs dieser Verhaltensstandards ein Verstoss gegen den Verhaltenskodex des Weltverbandes des Direktvertriebs gerügt wird, so wird dieser Verstoss von der Kontrollkommission des Direktvertriebsverbandes in dem Land verhandelt, in dem das Unternehmen seinen Hauptsitz hat. Wenn das Unternehmen in dem Land seines Hauptsitzes nicht Mitglied des dortigen Direktvertriebsverbandes ist, kann der Verstoss bei jedem Direktvertriebsverband behandelt werden, in dem das Unternehmen Mitglied ist. In dem Land des Hauptsitzes des Unternehmens trägt es die Kosten für das Kontrollkommissionsverfahren, die sich in einem verhältnismässigen Rahmen halten müssen.

2. Verhalten gegenüber Verbrauchern

Durch Schulung und Kontrolle sorgen die Unternehmen dafür, dass sich die ADM an die Gebote des lautereren Wettbewerbs halten.

2.1. Lauteres Verhalten

Direktverkaufsfirmen und Aussendienstmitarbeiter werden auf kaufmännisch unerfahrene Personen Rücksicht nehmen und keinesfalls Alter, Krankheit oder beschränkte Einsichtsfähigkeit ausnutzen, um einen Vertragsabschluss zu erwirken.

Die Vertriebspartner werden auf Wunsch des Verbrauchers

- auf das Unterbreiten des Angebots verzichten;
- das Unterbreiten des Angebots auf einen anderen Zeitpunkt verschieben;
- unverzüglich ein begonnenes Verkaufsgespräch abbrechen.

Direktverkaufsfirmen und Aussendienstmitarbeiter werden alles unterlassen, was den Verbraucher dazu verleiten könnte, das unterbreitete Angebot lediglich deshalb anzunehmen, um

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

2.2. Identifikation

Die Aussendienstmitarbeiter können im persönlichen Kontakt mit dem Verbraucher und vor einem Verkaufsgespräch von sich aus oder nach Aufforderung den SVDF-Ausweis vorweisen. Dieser enthält Angaben über

- den Namen des Aussendienstmitarbeiters sowie
- Name und Anschrift des Unternehmens.

Ausserdem legen sie zu Beginn des Verkaufsgesprächs den geschäftlichen Zweck ihres Besuchs oder Anrufs offen und machen deutlich, welche Waren oder Dienstleistungen angeboten werden sollen.

2.3. Informationspflichten

Die Unternehmen bzw. ihre Aussendienstmitarbeiter werden den Verbraucher in geeigneter Weise über folgende Punkte informieren:

- Verwendungszweck, Verwendungsweise und Beschaffenheit der angebotenen Produkte,
- Art und Umfang der Bestellung,
- Lieferfristen und -kosten,
- Bar- und Teilzahlungspreise sowie evtl. Nebenkosten,
- Zahlungsbedingungen,
- Rechte auf Widerruf und Rückgabe sowie Art und Weise der Ausübung dieser Rechte,
- Umfang der Garantie bzw. Gewährleistung der Haftung und sonstiger gleichgerichteter Ansprüche des Verbrauchers.

Es dürfen keine versteckte Abo-Verpflichtungen aufgeführt werden.

2.4. Abschrift oder Bestätigung des Vertrages

Das Vertragsdokument sowie eine Abschrift oder Bestätigung des Vertrages, das bzw. die den gesetzlichen Anforderungen genügt, wird dem Verbraucher zur Verfügung gestellt.

2.5. Widerrufsrecht

Die Unternehmen bzw. ihre Vertriebspartner räumen dem Verbraucher über das gesetzliche Widerrufsrecht hinaus das Recht ein, seine auf einen Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung binnen einer Frist von 14 Tagen zu widerrufen.

Sie weisen den Verbraucher im Vertrag, der Abschrift oder Bestätigung des Vertrages ggf. auf sein erweitertes Widerrufsrecht nach den Verhaltensstandards gesondert hin.

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 im Auftragsformular, in einer gesonderten Druckschrift oder in Begleitpapieren bei der Produktauslieferung verständlich beschrieben.

2.7. Referenzen

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

- dies autorisiert
- zutreffend und
- zeitgemäss bzw. nicht überholt ist.

2.8. Werbematerial / Vergleichende Werbung

In allen Werbeunterlagen unterlassen Unternehmen bzw. Vertriebspartner 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.

2.9. Achtung der Privatsphäre

Vertriebspartner verhalten sich nicht aufdringlich. Insbesondere haben Besuche und telefonische Kontakte zu angemessenen Uhrzeiten stattzufinden, es sei denn, der Verbraucher hat dies ausdrücklich anders gewünscht.

Die Unternehmen bzw. ihre Vertriebspartner rufen einen Verbraucher zu Werbezwecken nur mit dessen vorheriger ausdrücklicher Einwilligung an. Die Rufnummer des Anrufenden ist hierbei zu übermitteln.

Ein Anruf wird höflich und unverzüglich beendet, wenn deutlich wird, dass der Angerufene den Anruf nicht entgegennehmen möchte.

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.

2.10. Progressive Kundenwerbung

Unternehmen und Aussendienstmitarbeiter werden einen Verbraucher nicht zum Kauf von Produkten, zur Abnahme von gewerblichen Leistungen oder Rechten durch das Versprechen besonderer Vorteile veranlassen, wenn diese Vorteile davon abhängig gemacht werden, dass andere Verbraucher zum Abschluss gleichartiger Geschäfte veranlasst werden und diesen ihrerseits derartige Vorteile für eine entsprechende Werbung weiterer Verbraucher in Aussicht gestellt werden.

2.11. Datenschutz

Bei der Erfassung, Bearbeitung, Speicherung und Übermittlung personenbezogener Daten von Verbrauchern wird deren Privatsphäre durch Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzvorschriften respektiert und geschützt.

3. Verhalten gegenüber Aussendienstmitarbeitern

3.1. Vertragsverhältnis

Unternehmen und Vertriebspartner vereinbaren ihre Zusammenarbeit in einem schriftlichen Vertrag oder es ist ein durch das Unternehmen in elektronischer Form zum Download bereitgestelltes Dokument für diesen Zweck verfügbar. Dieser Vertrag enthält die wesentlichen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien.

3.2. Einhalten des Verhaltenskodex

Die Unternehmen verpflichten ihre Aussendienstmitarbeiter zur Einhaltung des Verhaltenskodex des Direktverkaufs.
Dies ist insbesondere in der Schulung zu berücksichtigen.

3.3. Informationspflicht gegenüber Aussendienstmitarbeiter

Vertriebspartner werden ausschliesslich nach den allgemein anerkannten Prinzipien des lautereren Wettbewerbs angeworben.

Die Vertriebspartner und die Bewerber für eine Vertriebstätigkeit 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 selbstständiger Vertriebspartner mit sich bringt. Dazu gehört insbesondere die Pflicht zur Zahlung von Steuern und Abgaben.

Die Unternehmen werden ihre Vertriebspartner und die Bewerber für eine Vertriebstätigkeit wahrheitsgemäss und vollständig sowohl über die durchschnittlichen Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten als auch die gewöhnlich anfallenden Kosten und Aufwendungen unterrichten.

Alle Angaben über Umsatz- und Verdienstmöglichkeiten müssen auf nachweisbaren Tatsachen beruhen und dürfen nicht irreführend sein. Dies gilt für mündliche und schriftliche Aussagen sowie für seitens des Unternehmens verwendetes Bildmaterial.

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

3.4. Übernahme finanzieller Verpflichtungen

Unternehmen werden ihre Vertriebspartner nicht zu unverhältnismässig hohen finanziellen Leistungen für Eintritt, Verbleib, Schulung, Verkaufsförderungsmittel, oder Franchising veranlassen.

Finanzielle Leistungen des Vertriebspartners müssen sich in einem angemessenen Rahmen halten und durch adäquate Gegenleistungen des Unternehmens belegt sein.

Optionale Dienstleistungen, welche die Vertriebspartnertätigkeit unterstützen, werden den Vertriebspartnern höchstens zu Selbstkosten angeboten.

Vertriebspartner werden für das blossе Recht auf die Teilnahme oder den Verbleib im Vertriebssystem nicht zu Zahlungen verpflichtet.

Dienstleistungen, die Vertriebspartner seitens des Unternehmens zwingend zur Ausübung ihrer Tätigkeit in Anspruch nehmen müssen (wie z.B. einen Online-Shop oder Internetlösungen), werden ohne Entgelt zur Verfügung gestellt.

3.5. Lagerhaltung bei Aussendienstmitarbeiter

Unternehmen werden ihre Vertriebspartner 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.

Bei Auflösung des Vertragsverhältnisses zwischen Vertriebspartner und Unternehmen soll auf Anfrage des Vertriebspartners der gesamte innerhalb der letzten 12 Monate unverkaufte und zum Weiterverkauf geeignete Lagerbestand, das Werbematerial, Verkaufshilfen und dergleichen, vom Unternehmen zurückgekauft werden. Es sind ihm – abzüglich einer höchstens 10%-igen Verarbeitungsgebühr – die gesamten Nettokosten zu ersetzen. Durch den Vertriebspartner realisierte Gewinne beim Einkauf der oben erwähnten Positionen können ihm durch das Unternehmen zum Abzug gebracht werden. Diese Regelung muss dem Vertriebspartner klar kommuniziert werden.

3.6. Vergütung und Abrechnung

Der Produktverkauf des Vertriebspartners bildet die Grundlage der Vergütung durch das Unternehmen. Für die blossе Gewinnung neuer Vertriebspartner, verpflichtende Produktkäufe anlässlich des Neueintritts eines Vertriebspartners sowie den Kauf von Werbematerialien, Trainings oder Trainingsmaterialien wird keine Vergütung gezahlt.

Unternehmen werden ihren Vertriebspartnern 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.

3.7. Aus- und Weiterbildung

Unternehmen werden ihren Vertriebspartnern eine – in Zeitaufwand und Inhalt – angemessene Aus- und Weiterbildung anbieten, die im Rahmen eines Aus- und Weiterbildungsprogrammes folgende Fertigkeiten und Kenntnisse vermittelt: die den Direktvertrieb regelnden gesetzlichen Bestimmungen, die gesetzlichen Verpflichtungen des Vertriebspartners, Kenntnisse der Verhaltensstandards, 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 Vertriebspartnern ebenfalls höchstens zu Selbstkosten zur Verfügung gestellt.

Unternehmen untersagen ihren Vertriebspartnern die Verwendung von Schulungs- und Werbematerialien, die nicht seitens des Unternehmens genehmigt sind.

3.8. Keine Rekrutierungspflicht

Die Unternehmen unterlassen jede Verpflichtung zur Rekrutierung von neuen Aussendienstmitarbeiter. *Alternativ:* Es gibt keine wesentlichen finanziellen Vorteile aus solcher Rekrutierung.

4. **Durchsetzung des Verhaltenskodex**

4.1. Verantwortung der Unternehmen

Die Verantwortung für die Einhaltung des Verhaltenskodex des Direktverkaufs liegt bei den Unternehmen.

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

4.2. Bearbeitung von Beschwerden und Schlichtungsbegehren

Die Einhaltung des Verhaltenskodex des Direktverkaufs durch die Unternehmen und ihre Aussendienstmitarbeiter wird durch permanente SVDF-Compliance Überwachung sowie auf Ersuchen des/der KundIn durch die Beschwerdestelle, die Einhaltung durch die Unternehmen gegenüber Aussendienstmitarbeitern durch die Schlichtungsstelle überwacht.

Der Umgang mit Beschwerden muss im Schulungsprogramm integriert werden.

4.3. Verstöße gegen den Verhaltenskodex des Direktverkaufs

Der SVDF kann folgende Massnahmen treffen:

- Abmahnung von Unternehmen
- Ausschluss von Unternehmen aus dem Verband, sowie
- die Bekanntmachung derartiger Massnahmen

5. Veröffentlichung

Aufgabe des SVDF ist, den Ehrenkodex zu veröffentlichen und zu verbreiten, sowie mit seiner Öffentlichkeitsarbeit über deren Inhalte zu informieren.

Exemplare der Verhaltensstandards werden der

Öffentlichkeit kostenlos zur Verfügung gestellt und liegen gleichzeitig zum Download unter www.svdf.ch oder www.konsum.ch vor.