

Ehrenkodex des SVDF

1. Allgemein

1.1. Anwendungsbereich

Dieser Kodex betrifft das Verhältnis von:

- Direktverkaufsunternehmen bzw. Aussendienstmitarbeitern und Verbrauchern
- Direktverkaufsunternehmen und Aussendienstmitarbeitern
- Einzelnen Direktverkaufsunternehmen untereinander sowie
- Aussendienstmitarbeiter untereinander
- 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 wie sie im Verhältnis Kunden zu Aussendienstmitarbeitern sowie Information über die Erhältlichkeit dieses Ehrenkodex für Konsumenten und Aussendienstmitarbeiter.

1.6. Reichweite des Verhaltenskodex

Der Verhaltenskodex des Direktverkaufs 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 Bundesverband 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.

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 bestimmen könnte, das unterbreitete Angebot lediglich deshalb anzunehmen, um

- Dem Anbieter eine persönlichen Gefallen zu tun
- Ein unerwünschtes Gespräch 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.

- Name des Aussendienstmitarbeiters
- 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 versteckten Abo-Verpflichtungen aufgeführt werden

2.4. Abschrift oder Bestätigung des Vertrages

Das Vertragsdokument, 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 ADM werden dem Verbraucher über die Bestimmungen des Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften hinaus das Recht einräumen, seine auf einen Vertragsabschluss gerichtete Willenserklärung binnen einer Frist von mind. 14 Tagen auch in folgenden Fällen schriftlich rückgängig zu machen, wenn:

- der Verkaufspreis unter CHF 100.- liegt;
- die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Abschluss des Vertrages beruht, auf vorhergehende Bestellungen des Verbrauchers zurückzuführen sind, sofern es mit dem Verkaufsmodell vereinbar ist und die Entlohnung des ADM nicht erschwert;
- die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Abschluss des Vertrages beruht, auf einer Verbrauchermesse bzw. -ausstellung geführt worden sind, sofern dies nicht zu geschäftlich signifikanten Nachteilen gegenüber anderen Messeausstellern führt.

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.

2.8. 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.

2.9. 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.

2.10. 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.

Unternehmen und ihre Vertriebspartner 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.

2.11. 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.

2.12. 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 Aussendienstmitarbeiter vereinbaren ihre Zusammenarbeit in einem schriftlichen Vertrag. 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

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

Die Aussendienstmitarbeiter und die Bewerber für eine Aussendienstmitarbeitertätigkeit sind wahrheitsgemäss und vollständig über ihre Rechte und Pflichten zu informieren. Die Informationspflicht der Unternehmen erstreckt sich auf die vertraglichen und gesetzlichen Verpflichtungen, welche der Status als selbständiger Aussendienstmitarbeiter mit sich bringt. Dazu gehört insbesondere die Pflicht zur Zahlung von Steuern und Abgaben.

Die Unternehmen werden ihre Aussendienstmitarbeiter und die Bewerber für eine Aussendienstmitarbeitertätigkeit 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.

Unternehmen enthalten sich strikte, übertriebene Erwartungen betreffend Verdienstmöglichkeiten darzustellen.

Unternehmen unterlassen es, dass Provisionszahlungen aus einer hohen (> 10) Anzahl von Provisionsebenen stammen.

Unternehmen sorgen dafür, dass Provisionserträge nicht unabhängig vom selbstgetätigten Umsatz des/der ADM erzielt werden.

3.4. Übernahme finanzieller Verpflichtungen

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

Hohe Eintrittszahlungen, (wie Kosten für Kurse > CHF 500.-; /Tag oder Pflicht zum Kauf von nicht retournierbaren Starterkits) sind ausgeschlossen.

3.6. Lagerhaltung bei Aussendienstmitarbeiter

Die Unternehmen auferlegen den Aussendienstmitarbeitern keine Kauf- oder Abnahmeverpflichtung für Produkte.

Unternehmen werden ihre Aussendienstmitarbeiter weder direkt noch mittels wirtschaftlicher Anreize veranlassen, unverhältnismässige grosse Lagerbestände anzulegen.

Direktverkaufsfirmen berücksichtigen, dass nicht alle Aussendienstmitarbeiter die Konsequenzen einer zu grossen Lagerhaltung einschätzen können.

3.7. Vergütung und Abrechnung

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

Bei der Rückgabe kann das Unternehmen abgegebene Wettbewerbspreise, die aufgrund des Umsatzes erreicht wurden wieder abrechnen.

3.8. Aus- und Weiterbildung

Unternehmen werden ihren Aussendienstmitarbeitern eine in Zeitaufwand und Inhalt angemessene Aus- und Weiterbildung anbieten, die folgende Fertigkeiten und Kenntnisse vermittelt:

- Die gesetzlichen Verpflichtungen des Aussendienstmitarbeiters gegenüber Kunden (Rücktrittsrecht Art. 40a ff. OR, „aggressive Verkaufsmethode“ Art. 3 lit. h UWG) und Behörden (AHV, Steuern und Sozialabgaben, evtl. Handelsreisendekarte).
- Kenntnisse dieses Verhaltenskodex des Direktverkaufs
- Firmenkenntnisse
- Marktkenntnisse/Wettbewerbskenntnisse
- Produktkenntnisse
- SVDF-Compliance Regeln in Zusammenarbeit mit dem Konsumentenforum.
- Bei erkennbarem Doppel-Engagement sollte in der Schulung der professionelle Umgang vermittelt werden.

3.9. Keine Rekrutierungspflicht

Die Unternehmen unterlassen jede Verpflichtung zur Rekrutierung von neuen Aussendienstmitarbeitern. *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.