Verhaltensstandards des Direktvertriebs

MIT FAIRNESS ZUM ERFOLG

BDD
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

BDD

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

Inhalt

Vorwort

Präambel

1. Allgemeines

1.1 Anwendungsbereich 10
1.2 Zielsetzung 10
1.3 Glossar 11
1.4 Ausrichtung des Geschäftsbetriebs 13
1.5 Reichweite der Verhaltensstandards 13
1.6 Exterritoriale Wirkung 14

2. Verhalten gegenüber Verbrauchern

2.1 Lauteres Verhalten 16
2.2 Identifikation 17
2.3 Informationen während des Verkaufsgesprächs 17
2.4 Abschrift oder Bestätigung des Vertrages 17
2.5 Widerrufsrecht 18
2.6 Beweislast bei mangelhafter Ware 18
2.7 Werbematerial/Vergleichende Werbung 18
2.8 Referenzen 19
2.9 Achtung der Privatsphäre 20
2.10 Verbot progressiver Kundenwerbung 21
2.11 Lieferung 21
2.12 Datenschutz 21

3. Verhalten gegenüber Vertriebspartnern

3.1 Einhaltung der Verhaltensstandards durch Vertriebspartner 22
3.2 Informationspflicht gegenüber Vertriebspartnern 22
3.3 Vertragsverhältnis 23
3.4 Mündliche Zusicherungen gegenüber Verbrauchern 24
3.5 Übernahme finanzieller Verpflichtungen 24
3.6 Vertragsbeendigung 25
3.7 Lagerhaltung bei Vertriebspartnern 25
3.8 Vergütung und Abrechnung 26
3.9 Aus- und Weiterbildung 26

4. Verhalten zwischen Unternehmen

4.1 Grundsatz 28
4.2 Abwerbung 28
4.3 Herabsetzung 28

5. Durchsetzung des Kodex

5.1 Verantwortung der Unternehmen 30
5.2 Kontrollkommission 30
5.3 Verstöße gegen die Verhaltensstandards 30
5.4 Bearbeitung von Beschwerden 31
5.5 Veröffentlichung 31

Vorwort

Der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V. („Bundesverband") 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 des Direktvertriebs („Verhaltensstandards") geschaffen und sich zur strikten Einhaltung im Interesse ihrer Kunden und Vertriebspartner verpflichtet.

Die nachfolgenden Verhaltensstandards sind im Oktober 2018 von den Mitgliedern des Bundesverbandes verabschiedet worden und lösen die bisherigen Wettbewerbsregeln ab.

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

Diese Verpflichtung umfasst insbesondere

- faires Verhalten bei der Anbahnung, dem Abschluss und der Abwicklung des Vertrages,
- einer zugunsten des Verbrauchers verlängerten Beweislastumkehr,
- redliches Verhalten im Umgang mit den Vertriebspartnern.

Die Einzelheiten finden Sie auf den folgenden Seiten.

Präambel

Die Mitglieder des Bundesverbandes verpflichten sich selbstverständlich zur Einhaltung der Gesetze, insbesondere der Vorschriften des Verbraucherschutzes, des Datenschutzes und der Lauterkeit im Geschäftsverkehr. Die Verhaltensstandards enthalten ergänzend zu den bestehenden Gesetzen Leitlinien, nach denen die Mitgliedsunternehmen ihr Verhalten auf dem Markt ausrichten.

Die Verhaltensstandards sind Bestandteil der Satzung des Bundesverbandes und konkretisieren die Grundsätze lauteren Geschäftsgebarens gegenüber Verbrauchern, Vertriebspartnern und Mitbewerbern. Als Regelwerk für Verbraucherfreundlichkeit und Verbrauchersicherheit, aber auch für gute Sitten im Direktvertrieb gehen die Verhaltensstandards weiter als gesetzliche Schutzvorschriften. Sie können demzufolge als Instrument der Selbstregulierung von den Gerichten im Rahmen der Auslegung gesetzlicher Vorschriften herangezogen werden.

Im Umgang mit dem Verbraucher als potenziellem Kunden werden die Mitgliedsunternehmen und ihre Vertriebspartner ein korrektes Verhalten sicherstellen. Gegenüber ihren Vertriebspartnern als den Leistungsträgern im Direktvertrieb obliegen den Mitgliedsunternehmen besondere, gerade aus dem Status der Selbständigkeit der Vertriebspartner entspringende Verantwortlichkeiten. Dies betrifft insbesondere die Gewinnung von neuen Vertriebspartnern, die Ausgestaltung und Beendigung des Vertragsverhältnisses sowie die interne Aus- und Weiterbildung.

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

Die Einhaltung der Verhaltensstandards wird durch eine Kontrollkommission überwacht.

1 Allgemeines

1.1 Anwendungsbereich

Die Verhaltensstandards regeln die Beziehungen zwischen

- Direktvertriebsunternehmen bzw. Vertriebspartnern und Verbrauchern,
- Direktvertriebsunternehmen und Vertriebspartnern,
- den einzelnen Direktvertriebsunternehmen untereinander sowie
- Vertriebspartnern untereinander.

Die Verhaltensstandards gelten für den Direktvertrieb von Waren und Leistungen über Vertriebspartner an Verbraucher.

1.2 Zielsetzung

Ziele der Verhaltensstandards sind

- Zufriedenheit und Schutz des Verbrauchers,
- Zufriedenheit und Schutz des Vertriebspartners,
- Förderung des fairen Wettbewerbs zwischen Direktvertriebsunternehmen und
- Pflege des Ansehens der Direktvertriebswirtschaft.

1.3 Glossar

Für die Verhaltensstandards haben die verwendeten Begriffe folgende Bedeutung:

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 Vertriebspartner.

Bundesverband

Die Unternehmensvereinigung der deutschen Direktvertriebswirtschaft, die in 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.

Vertriebspartner

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 Vertriebspartner zum Zwecke des Verkaufs, vornehmlich in der Wohnung eines Gastgebers, der weitere Verbraucher dazu eingeladen hat.

Kontrollkommission

Ein unabhängiges Gremium, das die Aufgabe hat, die Einhaltung der Verhaltensstandards durch die Unternehmen und Vertriebspartner zu kontrollieren und über Beschwerden von Verbrauchern und Vertriebspartnern zu entscheiden.

1.4 Ausrichtung des Geschäftsbetriebs

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

Jedes Unternehmen hat seinen Geschäftsbetrieb auf ein Vertriebssystem ausgerichtet, das auf den Absatz von Qualitätsprodukten und -leistungen zu fairen Konditionen an Verbraucher abzielt.

1.5 Reichweite der Verhaltensstandards

Die Verhaltensstandards sind eine Maßnahme der Selbstregulierung der Direktvertriebswirtschaft.

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.

1.6 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.

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 behandelt, 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.

EUROPE
SPAIN
MOROCCO
ALGERIA
LIBYA
EGYPT
MALI REP.
NIGER REPUB.
ITALY
FRANCE
GERMANY
UNITED KINGDOM
IRELAND
NORWAY
TURKEY
Mediterranean Sea
Azores Is. (Port.)
Madeira Is. (Port.)
Canary Is. (Sp.)

2. Verhalten gegenüber Verbrauchern

2.1 Lauteres Verhalten

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

Die Vertriebspartner werden auf Wunsch des Verbrauchers

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

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

- dem Anbieter einen persönlichen Gefallen zu tun,
- 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 Vertriebspartner stellen sich im persönlichen und telefonischen Kontakt mit dem Verbraucher zu Beginn des Verkaufsgesprächs unaufgefordert und wahrheitsgemäß mit Namen vor und nennen das Unternehmen, das sie repräsentieren. Auf Wunsch weisen sich die Vertriebspartner im persönlichen Kontakt in geeigneter Weise aus. 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 Informationen während des Verkaufsgesprächs

Die Unternehmen bzw. ihre Vertriebspartner stellen dem Verbraucher die gesetzlich vorgeschriebenen Informationen zur Verfügung, bevor dieser einen Kauf im Direktvertrieb tätigt. Die Informationen sind klar und verständlich formuliert und gut lesbar.

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 Vertriebspartner räumen dem Verbraucher über das gesetzliche Widerrufsrecht hinaus das Recht ein, seine auf einen Vertragsschluss gerichtete Willenserklärung binnen einer Frist von 14 Tagen auch dann zu widerrufen, wenn die Leistung bei Abschluss der Verhandlungen sofort erbracht und bezahlt wird und das Entgelt 40 Euro nicht übersteigt.

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

2.6 Beweislast bei mangelhafter Ware

Taucht innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Kaufvertrags ein Mangel an der Ware auf, muss der Verbraucher nicht beweisen, dass der Mangel schon zum Zeitpunkt der Übergabe vorlag.

2.7 Werbematerial/Vergleichende Werbung

Bei der Verteilung von Werbematerialien und bei vergleichender Werbung ist neben den gesetzlichen Vorschriften insbesondere folgendes zu beachten: Werbeunterlagen wie Prospekte, Anzeigen, Kataloge u. Ä. enthalten Namen und Anschrift des Unternehmens und, soweit der Vertriebspartner im eigenen Namen den Vertrag schließt, auch den des Vertriebspartners.

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.

2.8 Referenzen

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

- sie sowohl vom Referenzgeber als auch vom Unternehmen autorisiert sind,
- dies zutreffend ist,
- dies zeitgemäß bzw. nicht überholt ist und
- Empfehlungsschreiben, Tests und/oder persönliche Referenzen in einem Zusammenhang zu dem beabsichtigten Zweck stehen.

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.

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 Verständnisfähigkeit nehmen und insbesondere alles unterlassen, was die Angehörigen solcher Gruppen zu ihren Verhältnissen nicht entsprechenden Bestellungen veranlassen könnte.

2.10 Verbot progressiver Kundenwerbung

Unternehmen und Vertriebspartner werden kein Schneeballsystem zur Verkaufsförderung einführen, betreiben oder fördern, bei dem der Verbraucher eine Leistung erbringt, im Gegenzug für die Möglichkeit, eine Vergütung zu erzielen, die hauptsächlich durch die Einführung neuer Verbraucher in ein solches System und weniger durch den Verkauf oder Verbrauch von Produkten zu erzielen ist.

2.11 Lieferung

Die Ware wird spätestens 30 Tage nach Vertragsschluss geliefert, sofern nicht der Verbraucher eine spätere Lieferung wünscht.

2.12 Datenschutz

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

3. Verhalten gegenüber Vertriebspartnern

3.1 Einhaltung der Verhaltensstandards durch Vertriebspartner

Den Vertriebspartnern werden ausreichende Kenntnisse über die Verhaltensstandards und die sich daraus ergebenden Verpflichtungen vermittelt.

Die Unternehmen verpflichten ihre Vertriebspartner zur Einhaltung der Verhaltensstandards.

3.2 Informationspflicht gegenüber Vertriebspartnern

Vertriebspartner werden ausschließlich nach den allgemein anerkannten Prinzipien des lauteren 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 selbständiger Vertriebspartner mit sich bringt, die Pflicht zur Gewerbeanmeldung oder zur Beantragung einer Reisegewerbekarte, 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.

3.3 Vertragsverhältnis

Unternehmen und Vertriebspartner 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 Vertriebspartner abzielen und/oder mit den Mitteln einer sektenähnlichen Gemeinschaft persönliche Abhängigkeiten schaffen wollen, die zu einer umfassenden Vereinnahmung der Persönlichkeit des jeweiligen Vertriebspartners führen.

3.4 Mündliche Zusicherungen gegenüber Verbrauchern

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

3.5 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 bloße 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.

3.6 Vertragsbeendigung

Im Falle der Vertragsbeendigung werden Unternehmen einwandfreie Vorratsware zu Einstandspreisen zurücknehmen. Hierüber wurden die Vertriebspartner bereits bei Vertragsbeginn informiert.

Hat das Vertragsverhältnis länger als sechs Monate gedauert, kann eine Bearbeitungsgebühr von maximal zehn Prozent des Einstandspreises berechnet werden.

3.7 Lagerhaltung bei Vertriebspartnern

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.

3.8 Vergütung und Abrechnung

Der Produktverkauf des Vertriebspartners bildet die Grundlage der Vergütung durch das Unternehmen. Für die bloße 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.

3.9 Aus- und Weiterbildung

Unternehmen werden ihren Vertriebspartnern 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 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.

4. Verhalten zwischen Unternehmen

4.1 Grundsatz

Die Mitglieder des Bundesverbandes werden sich untereinander fair verhalten.

4.2 Abwerbung

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

4.3 Herabsetzung

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

5. Durchsetzung des Kodex

5.1 Verantwortung der Unternehmen

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

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

5.2 Kontrollkommission

Die Einhaltung der Verhaltensstandards durch die Unternehmen und ihre Vertriebspartner wird durch die Kontrollkommission überwacht. Sie wird über streitig gebliebene Beschwerden von Verbrauchern und Vertriebspartnern, die auf einer Verletzung der Verhaltensstandards beruhen, entscheiden.

Das Recht des Verbrauchers oder Vertriebspartners, die ordentlichen Gerichte oder eingerichtete Schlichtungsstellen anzurufen, bleibt unberührt.

5.3 Verstöße gegen die Verhaltensstandards

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

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

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

Aufgabe des Bundesverbandes ist, die Verhaltensstandards 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.direktvertrieb.de* vor.

BDD
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.

Bundesallee 221 | D -10719 Berlin
Telefon: +49 (30) 23 63 56 80 | Telefax: +49 (30) 23 63 56 88
E-Mail: info@direktvertrieb.de
www.direktvertrieb.de
Ausgabe Oktober 2018

Grafische Gestaltung: Rebecca Ritter
Bildnachweise: Freepik, S. 7 Regina Sablotny, S. 8 Stock.adobe - Ingo Bartussek, S. 13 Stock.adobe - Gajus, S. 15 unsplash - Tom Grimbert, S. 16 Stock.adobe - aijiro, S. 20 unsplash - Dayne Topkin, S. 21 Stock.adobe - fotofabrika, S. 27 unsplash - rawpixel, S. 29 fotolia - corepics