Industrie- und Handelskammer
zu Dortmund

MERKBLATT

Stand: Juni 2006

Wie erkennt man unseriöse Vertriebsformen im Bereich Direktvertrieb, MLM, Networkmarketing, Empfehlungsmarketing etc.

Der so genannte Direktvertrieb in seinen verschiedenen Erscheinungsformen stellt ein Gegenmodell zum traditionellen Verkauf im Ladengeschäft dar. Während die verschiedenen Formen des Direktvertriebs Marktanteile gegenüber traditionellen Verkaufsformen gewinnen, verursachen viele unseriöse Unternehmer gerade bei Existenzgründern hohe Verluste. Umso wichtiger ist es, gerade bei Euphorie über eine potentielle Verdienstquelle die Seriosität des Anbieters zu prüfen. Manche Vertriebssysteme sind nicht nur unseriös und vermögensgefährdend, sondern sogar strafbar! Dabei sollte man sich nicht von der Bezeichnung des Systems verwirren lassen. Entscheidend ist allein, wie das System tatsächlich funktioniert. Manche Vertriebsunternehmen unterwerfen sich auch freiwillig einem Verhaltenskodex, wie etwa die Mitglieder des Bundesverbandes Direktvertrieb Deutschland e.V. Diese „Verhaltensstandards des Direktvertriebs“ dienen sowohl dem Schutze des Verbrauchers als auch des Außendienstmitarbeiters.

Im Folgenden findet sich eine (nicht abschließende) Liste von negativen Merkmalen. Sollte eines dieser Merkmale zutreffen, ist gegenüber dem Unternehmen Vorsicht geboten - das Konzept sollte sehr genau hinterfragt werden. Spätestens, wenn man das Gefühl hat, Fragen werden nicht ehrlich beantwortet, kann man von einem unseriösen Anbieter ausgehen.

Generelle Kennzeichen <u>bedenklicher</u> Vertriebs-Systeme:

- System basiert auf progressiver Kundenwerbung. D. h. das System funktioniert nur bei ständiger Neuaufnahme von Teilnehmern (Vertriebspersonen).

- Der Verkauf der Ware erfolgt primär ins Netzwerk, d.h. an die “selbständigen“ Vertriebspersonen.

- Die Vertriebsperson soll übermäßig viel Ware als Vorrat ankaufen. Eine Rücknahme überflüssiger Ware ist ausgeschlossen.

- Für den Verkauf wird die Privatsphäre des Kunden „ausgebeutet“. Es sollen überwiegend Verwandte, Freunde und nahe Bekannte geworben werden.

- Die Vertriebsperson muss sich den Einstieg ins System teuer durch Vorleistungen erkaufen, z.B. kostenpflichtige Infopakete, Seminare, Wareneinstiegspakete, Vorführprodukte, überhöhte Lizenzgebühren, längere unbezahlte Einarbeitungszeiten. Es kann allerdings angemessen sein, wenn für wertvolle (Vorführ-)Waren die

Hinterlegung einer Kaution gefordert wird. Wichtig ist, dass diese Kaution auch tatsächlich bei Rückgabe wieder zurückgezahlt wird.

- Einzelgespräche mit bereits tätigen Mitarbeitern werden nicht zugelassen.

- Das System basiert auf oder ist bekannt für eine sektenähnliche Abhängigkeit.

Spezielle Beurteilungskriterien für die Seriosität eines Einstiegsangebotes bei einem Direktvertriebsunternehmen:

Mitarbeitergewinnung

- Der Vertriebsperson werden Reichtum, Erfolg und übermäßige Gewinne versprochen.

- Die zukünftige Vertriebsperson wird zur schnellen Unterschrift gedrängt, soll den Vertrag sofort unterschreiben.

- Es wird in Anzeigen ohne nähere Tätigkeitsbezeichnung, z.B. „Führungsperson gesucht“ geworben, die Anzeige enthält nur Telefonnummer oder Chiffre.

- Mitarbeiter werden auf Veranstaltung geworben, in den primär Emotionen angesprochen und Träume verkauft, jedoch keine wirklich transparenten Sachinformationen geliefert werden.

Die Schulung

- Beim Direktvertrieb arbeitet man meist als Teil eines Vertriebsteams. Es ist unseriös, wenn Ihr Team Sie sofort ohne eingehendes Training losschicken will. Eine vernünftige Schulung ist ein Muss.

- Prüfen Sie für sich, ob es ein wirkliches Schulungskonzept gibt. Das Konzept sollte Ihnen eine Einführung in die Produkte, die Logistik, das Marketing, den Unternehmensaufbau usw. vermitteln.

- Werden Ihnen schriftliche Unterlagen an die Hand gegeben?

- Können Sie dieses Material verwenden, ohne es teuer kaufen zu müssen?

- Wie wird der Verdienst dargestellt? Werden die Verdienste realistisch aufgezeigt, oder nennt man Ihnen vornehmlich Topverdienste, die nur im Ausnahmefall erreicht werden?

- Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Fragen ehrlich beantwortet werden?

Das Marketingkonzept

- Steht tatsächlich der Verkauf des Produktes im Vordergrund oder zielt das Konzept in Wirklichkeit primär auf die Werbung neuer Teilnehmer.

- Sind die Ideen für die Akquise von Kunden schlüssig bzw. überhaupt vorhanden?

- Gibt es Marketingbausteine oder beschränkt sich das Marketingkonzept auf stets gleichförmig ablaufenden Veranstaltungen?

- Gibt es eine Rückkaufgarantie bezüglich des Startersets und unverkaufter, aber einwandfreier Waren beim Ausscheiden aus dem Unternehmen (ggf. unter Abzug einer geringen Verwaltungsgebühr von bis zu 10 Prozent)?

- Erfolgt der Verkauf der Waren direkt vom Unternehmen oder von der nächsthöheren Stufe in der Vertriebshierarchie?

- Sagen Ihnen die Materialien zu, die Sie verwenden sollen? Zeigt man Ihnen (spätestens auf Anfrage) die Materialien bevor Sie irgendwelche Vereinbarungen unterzeichnen?

Anfängliche Eigenkosten

- Will man Ihnen eine Kreditaufnahme nahe legen, um in das Vertriebssystem einzusteigen, so ist besondere Vorsicht und genauste Prüfung des Systems notwendig.

- Im Übrigen müssen sich Zahlungen in einem angemessenen Rahmen halten und durch adäquate Gegenleistungen des Unternehmens belegt sein.

- Die Schulungen sollten kostenlos, allenfalls zu Selbstkosten erfolgen. Die Zahlung von Referentenhonoraren oder teure Motivations- bzw. Einführungskurse sollten Sie auf jeden Fall ablehnen.

- Sie sollten gar nicht erst dazu aufgefordert werden, mehr Vorräte zu bestellen, als Sie bei ihrer ersten Vertriebsaktion benötigen, insbesondere, wenn die Rückgabe der Ware nicht ausdrücklich zulässig ist.

Nützliche Adressen:
Industrie- und Handelskammern
Ihre regionale IHK finden Sie unter www.ihk.de

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.
Bundesallee 221, 10719 Berlin
Tel: +49(0)30 23635680
E-Mail: info@bundesverband-direktvertrieb.de,
www.bundesverband-direktvertrieb.de