

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Direktvertrieb

Selbstverständnis und Leistungen der Gremien Direktvertrieb

Branchenrelevante Informationen

1. Selbstverständnis

2. Leistungen

a. Imagearbeit

b. Öffentlichkeitsarbeit

c. Studien und Abhandlungen zum Direktvertrieb

d. Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen

e. Nahrungsergänzungsmittel / Vitaminliste

f. Kampf gegen unlauteren Wettbewerb

1. Selbstverständnis:

Die Berufsvertretung der Direktberater in Österreich in der Wirtschaftskammer

- vertritt die Interessen der selbständigen Direktberater in Österreich
- setzt sich für bessere Rahmenbedingungen seiner Mitglieder ein
- stärkt seine Mitglieder gegenüber den Direktvertriebsunternehmen
- bietet Unterstützung beim Einstieg in die Selbständigkeit
- ist Ansprechpartner bei Problemen
- bietet umfassendes Service und Beratung für seine Mitglieder
- bietet laufende Information und attraktive Produkte für seine Mitglieder
- setzt sich für Qualität und Seriosität im Direktvertrieb ein
- setzt sich für die Einhaltung der gesetzlichen Regeln sowie der Verhaltensstandards für Direktberater ein
- sorgt für einen fairen lautereren Wettbewerb innerhalb des Direktvertriebs
- geht gegen unseriöse Methoden vor.

2. Leistungen:

a. Imagearbeit

Eine wesentliche Aufgabe der Gremien Direktvertrieb ist die Imagearbeit. Je höher das Engagement für eine Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung, umso leichter fällt es den Direktberatern, dem Konsumenten vor Ort die besondere Leistung ihrer Beratung und Betreuung zu verdeutlichen. Der Konsument kann die Tätigkeiten eines Direktberaters besser einschätzen und ist in der Lage, diese entsprechend zu würdigen. Je

verständlicher der Direktberater berät und je höher das dem Konsumenten vermittelte Fachwissen ist, umso mehr wächst das Vertrauen in die Vermittlerperson und die Branche.

Einen bedeutenden Schwerpunkt der Imagearbeit bildet die Aus- und Weiterbildung der Direktberater. Die Gremien Direktvertrieb haben den Kurs „Direktvertrieb – Chance für die Zukunft“ ins Leben gerufen, der heute als fixer Bestandteil des WIFI-Bildungsangebotes gilt. Potentiellen und aktiven Direktberatern werden Basisinformationen rund um den Direktvertrieb sowie zu steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Themen angeboten. Der WIFI-Kurs wird mit bis zu 50% der Kurskosten gefördert, die Gremien beraten hierzu gern. Zusätzlich werden auf Landesebene regelmäßig Steuerberatungskurse abgehalten, die neben Basiswissen die neueste Entwicklung in Steuersachen vermitteln.

Direktberater weisen sich mit der von den Gremien des Direktvertriebs entwickelten Mitgliederkarte „Golden Card“ gegenüber den Konsumenten aus. Die „Golden Card“ erhalten nur Inhaber eine Gewerbeberechtigung im Direktvertrieb. Die Direktberater bekunden mit der Mitgliederkarte ihr Einverständnis mit den Leitlinien und Verhaltensstandards Direktvertriebs und schaffen somit eine Vertrauensbasis beim Kunden.

Wichtiger Bestandteil der Imagearbeit ist auch die kurze, leicht verständliche Aufbereitung von Artikeln zu Fachthemen für unsere Mitglieder. Branchenspezifische Informationen werden über die Printmedien, die Homepage des Direktvertriebs oder als Pressemeldungen verbreitet.

b. Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit ist einer der Schwerpunkte in der Arbeit der Gremien Direktvertrieb. Die Direktberater werden mit aktuellen Informationen rund um den Direktvertrieb in den Printmedien versorgt, daneben werden Newsletter, Kammerzeitschriften, Infomails etc. angeboten.

Wichtige Fachinhalte, Rechtsgrundlagen, Merkblätter etc. können Direktberater auf der Homepage des Direktvertriebs www.derdirektvertrieb.at abrufen. Über die Webseite gelangt man zum Webshop des Direktvertriebs webshop.wko.at. Darüber hinaus bündelt das Bundesgremium Direktvertrieb den Eigenbedarf der Gremien erchandising-Artikeln, die bei Messen oder Fachgruppen-Tagungen verwendet werden.

c. Studien und Abhandlungen zum Direktvertrieb

Zahlen, Daten, Fakten sind im Direktvertrieb rar. Trotzdem bemühen sich die Gremien des Direktvertriebs um Studien und Texte, die die personelle und wirtschaftliche Entwicklung des Direktvertriebs plastisch veranschaulichen. In Kooperation mit dem Bundesgremium Direktvertrieb hat Prof. Zacharias (FH Worms/Dt.) drei Studien „Der Direktvertrieb in Österreich“ (2001, 2004 und 2017) erstellt. Eine weitere Studie des Market-Instituts befasst sich mit dem „Image des Direktvertriebs“ (2003). Je nach Focus werden telefonische Umfragen unter den Direktberatern getätigt, wie zu den Gründen der Ab- und Ruhendmeldungen von Direktberatern.

d. Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen

Die Gremien Direktvertrieb setzen sich seit ihrem Bestehen für die Optimierung der Rechtsgrundlagen für Direktberater ein. Besondere Lobbyingarbeit erfolgt vor allem im Gewerberecht und bei sozialversicherungs- und steuerrechtlichen Rechtsgrundlagen. Im Gewerberecht werden Direktberater nach wie vor beim Aufsuchen von Personen bei bestimmten Waren in ihrer Gewerbeausübungsfreiheit beschränkt, obwohl die Begründung eines Konsumentenschutzes heute teilweise überholt ist. Seit der GewO-Novelle 2008 eingefügte Normen zu Werbefahrten führen zu weiteren Restriktionen. Im Sozialversicherungsrecht werden Direktberater benachteiligt, die als Kleinstunternehmer bzw. Ein-Personen-Unternehmen (EPU) tätig sind. Die Kleinstunternehmerregelung mit der Möglichkeit einer Befreiung von KV- und PV-Beiträgen ist z.B. denjenigen Personen verwehrt, die innerhalb der letzten 60 Monate mindestens 12 Monate GSVGpflichtversichert waren. Dies trifft Frauen, die ein Kind erwarten, deren Kinder dauerhaft krank sind oder behindert werden oder Personen, die wegen eines unerwarteten Ereignisses Provisionen unter der Geringfügigkeitsgrenze verdienen. Von größter Bedeutung für unsere mobilen Direktberater ist auch die Gewährung eines Vorsteuerabzugs für gewerblich genutzte Kraftfahrzeuge. Das Bundesgremium wird in diesen und anderen Angelegenheiten weiter Anstrengungen unternehmen, eine Verbesserung der Rahmenbedingungen zu erreichen.

e. Nahrungsergänzungsmittel / Vitaminliste

Der Nahrungsergänzungsmittelmarkt im Direktvertrieb boomt nicht zuletzt aufgrund des hastigen und einseitigen Nahrungsmittelkonsums der Verbraucher. Um den gestiegenen Ansprüchen zu entsprechen, hat das BM für Gesundheit auf Initiative des Bundesgremiums die Empfehlungen für Toleranzwert in Mineralien und Vitaminen angehoben.

f. Kampf gegen unlauteren Wettbewerb

Seit der Etablierung des Direktvertriebs als innovativer Vertriebsform besteht eine Anzahl an Personen, die in unlauterer Art und Weise versuchen, sich Vorteile gegenüber den Mitbewerbern zu verschaffen. Ein besonderer Schwerpunkt der Gremien Direktvertrieb ist daher die Vornahme allfälliger Aktivitäten gegen sogenannte „Schwarze Schafe“. Die Gremien haben im Laufe der Zeit enge Kontakte zu Marktüberwachungsbehörden (Ministerien,

Gewerbebehörden, Schutzverband, AGES GmbH) geknüpft. Wichtig ist, das Gespräch mit neuen oder betroffenen Unternehmen zu suchen, um vorab die Ursachen bestimmter Verhaltensweisen zu klären. In den vergangenen Jahren konnten die Gremien so - auch durch umfangreiche Mitgliederinformation - zu einem ausgeglichenen Markt beitragen.

Stand: 26.02.2020