

Direktvertrieb – Chance und Risiko auf dem Weg zur Selbständigkeit

Was ist Direktvertrieb?

Der Begriff „Direktvertrieb“ ist nicht eindeutig belegt. In den einzelnen Branchen wird unter „Direktvertrieb“ häufig etwas völlig Verschiedenes verstanden. Der Versicherungs- und Finanzdienstleistungsbereich bezeichnet mit „Direktvertrieb“ z. B. den Vertrieb ausschließlich mittels Medien wie Post, Telefon, Fax und E-Mail, also unter Ausschaltung von Filialen und Außendienstmitarbeitern. Andere sehen den „Direktvertrieb“ als ein Vertriebssystem, bei dem der Verkauf von Herstellern und Großhändlern direkt an den Endverbraucher erfolgt, u. a. über eigene Einzelhandelsfilialgeschäfte oder Außendienstmitarbeiter. Die Kriterien für die Abgrenzung des Begriffes „Direktvertrieb“ – sind also vielfältig und werden letztendlich durch Zweckmäßigkeitserwägungen bestimmt.

Unter „Direktvertrieb“ im Sinne der nachfolgenden Darstellung wird der persönliche Verkauf von Konsumgütern und Dienstleistungen in der Wohnung sowie wohnungsnaher oder ähnlicher Umgebung verstanden. Kennzeichnend für diese Definition in der Abgrenzung zu anderen Vertriebsformen sind der Ort des Kaufs und die Art der Kommunikation zwischen Anbieter und Kunden. Die persönliche Kommunikation zwischen dem Außendienstmitarbeiter eines Direktvertriebsunternehmens und dem Kunden ermöglicht einen direkten Informationsaustausch. Sie ist regelmäßig mit einer Beratung des Kunden verbunden. Gerade dieses persönliche Element dient im Direktvertrieb – im Gegensatz zu anderen Vertriebskanälen – stationärer Handel, Versandhandel, E-Commerce – in besonderem Maße zur Schaffung von Käuferpräferenzen.¹

Im Direktvertrieb tätige Außendienstler, gleichgültig ob haupt- oder nebenberuflich, arbeiten in der Regel als selbstständige Handelsvertreter, Franchisenehmer, Kommissionäre, Eigenhändler oder als andere selbstständige Geschäftspartner eines Unternehmens.

Für die Frage, ob eine Existenzgründung im Direktvertrieb oder auch nur eine nebenberufliche selbstständige Tätigkeit Sinn macht und was zu beachten ist, kommt es neben der persönlichen Eignung entscheidend auf die genaue Ausformung des jeweiligen Vertriebskonzeptes an.

Formen des (Direkt-)Vertriebs

Die Erscheinungsformen des Direktvertriebs sind verschiedenartig. Zu den wichtigsten Erscheinungsformen auf dem Markt gehören:

– **Klassischer Vertreterverkauf**

Ein in der Regel freier Außendienstmitarbeiter besucht den potentiellen Kunden in der Wohnung oder am Arbeitsplatz und bietet ihm dort im Rahmen eines Beratungsgesprächs bestimmte Waren/Dienstleistungen an.

- **Heimvorführungen**

Mehrere potentielle Kunden werden gemeinsam in der Wohnung eines der Teilnehmer beraten. Die vorgestellten Konsumgüter oder Dienstleistungen werden während der Veranstaltung oder erst zu einem späteren Zeitpunkt verkauft. Der Kunde hat die Möglichkeit, die Angebote in der Gemeinschaft mehrerer Interessenten zu diskutieren. Vor allem im Bereich hochwertiger Haushaltswaren hat dieses System Verbreitung gefunden.

- **Heimdienste**

Hierbei wird der Kunde in seiner Wohnung aufgesucht und in regelmäßigem Turnus mit kurzlebigen Konsumgütern beliefert. Besonders verbreitet sind Tiefkühlheimdienste.

- **Mobile Verkaufsstellen**

Darunter sind Verkaufswagen zu verstehen, die vor allem die ortsgebundenen Verbraucher in Gebieten mit dünnem Ladennetz mit Lebensmitteln und anderen Artikeln des täglichen Bedarfs versorgen. Die Verkaufswagen werden nach einem festgelegten Fahrplan, jedoch an wechselnden wohnortnahen Halteplätzen tätig.

- **Sammelbesteller-System**

Ein Versandhauskunde bestellt für Freunde, Bekannte etc. mit und erreicht durch das höhere Auftragsvolumen einen eigenen Zusatzverdienst.

Ausgestaltung und Gefahren

Multi-Level-Marketing – Network-Marketing – Schneeballsysteme

Wie wahrscheinlich der eigene Erfolg ist, hängt neben der eigenen Fähigkeit entscheidend von der Ausgestaltung des Vertriebskonzepts ab. Zunächst ist zwischen Direktvertrieb klassischer Ausprägung und dem so genannten Multi-Level-Marketing zu unterscheiden.

Beim **Direktvertrieb klassischer Ausprägung** verkauft die Vertriebsperson Waren direkt für den Hersteller und erhält auch von diesem direkt die volle Provision.

Beim **Multi-Level-Marketing** (bisweilen auch **Network-Marketing**, **Beziehungsmarketing**, **Strukturvertrieb**, **progressive Kundenwerbung** o. ä. genannt) wird das Warengeschäft mit der Gewinnung von weiteren Vertriebsmitarbeitern durch einen bereits tätigen Verkäufer verbunden, wodurch hierarchische Vertriebssysteme entstehen. Die Provision aus dem Verkauf einer Ware verteilt sich auf die verschiedenen Ebenen (Level) des Unternehmens. Derjenige, der die Ware verkauft, erhält also nicht die volle Provision. Ein Teil wird „nach oben“ zur nächst höheren Ebene (sog. Upline) weitergeleitet. Gelingt es der Vertriebsperson, weitere Vertriebspartner zu finden, so rückt sie eine Ebene auf und profitiert auch von deren Erlösen. Je höher man in der Hierarchie steht, von desto mehr untergeordneten Ebenen (sog. Downline) profitiert man. Im Gegenzug ist das Einkommen von den Verkaufserfolgen der nachgeordneten Ebenen abhängig. Die Gefahr insbesondere bei dieser Vertriebsform ist, an einen unseriösen Anbieter zu geraten, bei dem die Wahrscheinlichkeit des eigenen Erfolges sehr gering und die Möglichkeit hoher Verluste groß ist. Besonders problematisch ist es, wenn finanzieller Erfolg erst durch den Gewinn guter weiterer Vertriebspersonen möglich wird.

Pyramiden- bzw. Schneeballsysteme beschreiben Mechanismen, bei denen sich die Veranstalter durch die finanziellen Investitionen immer neuer Mitglieder bereichern. Die Begriffe „Pyramide“ und „Schneeball“ bezeichnen die zwei Seite derselben Medaille: der Begriff „Pyramide“ steht für ein System, das sich an der Basis ständig vergrößert und nach oben hin bis zu einem einzigen Punkt immer schmäler wird, während der „Schneeball“ bei fixem Kern vom Umfang her ständig wächst. Beide Systeme sind ausschließlich darauf gerichtet, sich selbst zu multiplizieren und daraus Gewinn zu erzielen; sie sind nicht darauf angelegt, ein Verkaufssystem zu entwickeln und durch den Absatz an Kunden außerhalb des Systems Gewinn zu machen.

Pyramiden- und Schneeballsysteme sind nicht nur vermögensgefährdend, sondern sogar **strafbar**. Nach **§ 16 Abs. 2 UWG** ist die Teilnahme an einem Vertriebssystem strafbar, wenn bei der Werbung nicht das Produkt im Vordergrund steht, sondern ein Gewinnversprechen für den Fall, dass man selbst auch wieder Verbraucher wirbt und diese in gleicher Weise mit einem Gewinnversprechen ködert. Diese Vorgehensweise wird auch als "**progressive Kundenwerbung**" bezeichnet. Unseriöse Anbieter versuchen daher geschickt über das Hauptziel des Werbens zu täuschen. Es ist daher nicht immer leicht, einen unseriösen Anbieter zu erkennen.

Genauere Merkmale unseriöser Vertriebsunternehmen finden Sie in dem Merkblatt „Unseriöse Vertriebsformen im Bereich Direktvertrieb, MLM, Networkmarketing, Empfehlungsmarketing etc.“

www.berlin.de/polizei/kriminalitaet/schneeballsysteme.html sowie unter www.bundesverband-direktvertrieb.de

Mögliche Vorteile des Direktvertriebs gegenüber traditionellem Handelsverkauf

Im Rahmen von seriösen Vertriebssystemen können sich folgende Vorteile ergeben:

Traditionelle Selbständigkeit	Direktvertrieb
<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohe Investitionskosten ▪ hohe Lagerkosten ▪ Fixkosten (Miete, Strom, Personal) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ geringes Startkapital ▪ keine Lagerkosten ▪ geringe Fixkosten ▪ als nebenberufliche Tätigkeit möglich ▪ Flexiblere Arbeitszeiten

Persönliche Voraussetzungen

Besondere Berufsausbildungen sind in der Regel nicht notwendig. Kaufmännische Grundkenntnisse sind hilfreich, aber nicht zwingend erforderlich. Wichtig ist jedoch, dass gute Produktschulungen durch den jeweiligen Vertriebspartner angeboten werden. Diese sollten weitestgehend kostenfrei sein oder höchstens zu Selbstkosten erfolgen. Die persönlichen Eigenschaften, die man für eine erfolgreiche Tätigkeit im Direktvertrieb mitbringen sollte, lassen sich am besten stichwortartig wie folgt zusammenfassen:

- Spaß am „Umgang mit Menschen“
- Kommunikationsfreudigkeit
- Bereitschaft zum Lernen
- Risikobereitschaft
- Flexibilität (Arbeitszeiten / Kunden)
- Positive Einstellung zur Tätigkeit
- Unternehmerisches Denken
- Zielorientierung
- Belastbarkeit (physisch und psychisch)
- Zuverlässigkeit
- Bisweilen Teamfähigkeit

Gewerberechtliche Aspekte

Im Direktvertrieb tätige Außendienstler, gleichgültig ob haupt- oder nebenberuflich, haben ein Gewerbe anzumelden oder u. U. eine Reisegewerbekarte zu beantragen. Nach § 55 Abs. 1 Gewerbeordnung betreibt ein Reisegewerbe, wer außerhalb der eigenen Geschäftsräume mögliche Kunden anspricht, um ihnen Waren oder Leistungen anzubieten oder abzukaufen.

Handelsvertreter ist nach den Normen des zugrunde liegenden Handelsrechts, wer als selbständiger Gewerbetreibender ständig für einen anderen Unternehmer tätig ist und in dessen Namen und für dessen Rechnung Geschäfte vermittelt oder abschließt (§ 84 Abs. 1 Handelsgesetzbuch – HGB). Selbständige Handelsvertreter können ihre Tätigkeit im Wesentlichen frei gestalten und ihre Arbeitszeit selbst bestimmen.

Problem Scheinselbständigkeit

Nicht jede Tätigkeit im Direktvertrieb ist per se eine selbständige. Entscheidend ist hierbei nicht die Bezeichnung, sondern die tatsächliche Ausgestaltung der Tätigkeit. Wer nur der Bezeichnung bzw. dem Vertragstext nach selbständig ist, aber in Wirklichkeit wie ein Arbeitnehmer behandelt wird, fällt als „Scheinselbständiger“ aus einer etwaigen Förderung durch das Arbeitsamt heraus. Vielmehr ist er dann Arbeitnehmer mit allen entsprechenden Rechten und Pflichten. Maßgebliches Unterscheidungskriterium für echte Selbständigkeit ist vor allem die Frage der persönlichen Unabhängigkeit der Vertriebsperson. Persönliche Abhängigkeit, die sich insbesondere an einer Weisungsgebundenheit in zeitlicher, örtlicher und sachlicher Hinsicht, sowie an einer organisatorischen Eingliederung in den Betrieb des Vertriebsunternehmens zeigt, weist hingegen auf Scheinselbständigkeit bzw. auf die Eigenschaft als Arbeitnehmer hin. Informationen über die vielen Einzelabgrenzungskriterien können bei jeder IHK erfragt werden.

Fazit

Eine Tätigkeit im Direktvertrieb kann ein Weg in die Selbständigkeit sein. Allerdings hat nur derjenige gute Aussichten auf Erfolg, der die verschiedenen Angebote kritisch prüft und die notwendigen persönlichen Eigenschaften mitbringt.

Bei diesem Merkblatt handelt es sich weder um eine allgemeine positive Empfehlung zugunsten von Multilevel- oder Networkmarketing noch um eine Empfehlung zugunsten konkreter MLM-Anbieter.

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.
Bundesallee 221
10719 Berlin
Tel: 030 236356-80
Fax: 030 236356-88
E-Mail: info@bundesverband-direktvertrieb.de,
www.bundesverband-direktvertrieb.de

Siehe auch unsere Information „Direktvertrieb – Checkliste“.

Weitere Informationen zur Existenzgründung finden Sie im Internetportal der IHK/HWK-Starterzentren Rheinland Pfalz.



Zur Kontaktaufnahme mit der für Ihren Standort zuständigen IHK wählen Sie bitte die Service-Hotline 01805 445782 (14 Cent/Min.).

Stand: August 2007

Für die Richtigkeit aller Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Autor: DIHK