

DIREKTVERTRIEB

Der Direktvertrieb, einst traditioneller Absatzweg, hat sich längst zur eigenständigen Handelsform entwickelt und vor allem in den letzten Jahren in vielen neuen Geschäftsfeldern durchgesetzt. Der Direktvertrieb ist eine Marketing- und Verkaufsstrategie, die es ermöglicht, Produkte und Dienstleistungen an jedem Ort zu verkaufen, ohne dabei feste Verkaufsflächen z.B. im Einzelhandel zu nutzen.

In diesem Merkblatt zeigen wir Ihnen die vielfältigen Möglichkeiten des Direktvertriebs auf. Darüber hinaus haben wir für Sie wichtige Ansprechpartner und Vorkehrungen, die Sie bei Ihrem Schritt in eine Selbständigkeit im Direktvertrieb beachten sollten, zusammengestellt.

1. WAS IST DIREKTVERTRIEB

Der Direktvertrieb ist mittlerweile in vielen Geschäftsfeldern etabliert und hat sich zu einem wichtigen Beschäftigungsmotor für (Solo-)Selbständige und Kleinunternehmer in Deutschland entwickelt. Unter Direktvertrieb wird gemeinhin der persönliche (direkte) Verkauf von Waren und Dienstleistungen an den Verbraucher verstanden. Kennzeichnend für den Direktvertrieb ist immer der persönliche Kontakt zwischen Anbieter und Kunden, der einen beiderseitigen Informationsaustausch ermöglicht und mit einer intensiven Beratung und Test des Produkts durch den Kunden verbunden ist.

2. FORMEN DES DIREKTVERTRIEBS

Unterschieden wird zwischen:

- **Heimdienst**

Hierbei wird der Kunde in seiner Wohnung besucht und in regelmäßigem Turnus mit kurzlebigen Konsumgütern, wie z.B. Lebensmitteln, beliefert. Besonders verbreitet sind

Tiefkühlheimdienste.

- **Heimvorführung**

Viele der in Deutschland führenden Direktvertriebsunternehmen bieten über ihre selbständigen Vertriebspartner Vorführungen und Trainings zu den Produkten beim Kunden vor Ort an. Zu diesem Anlass, werden mehrere potenzielle Kunden z.B. in einer Show-Küche oder aber direkt bei einem Kunden zuhause beraten. Die vorgestellten Konsumgüter oder Dienstleistungen werden entweder 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.

- **Klassischer Vertreterverkauf**

Ein Außendienstmitarbeiter besucht den potenziellen Kunden an dem von ihm gewünschten Ort, z.B. zuhause oder in einem Experience Center eines Direktvertriebsunternehmens, und bietet ihm dort im Rahmen eines Beratungsgesprächs Produkte und/oder Dienstleistungen an.

- **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 operieren nach einem festgelegten Fahrplan, jedoch an wechselnden wohnortnahen Halteplätzen.

- **Network Marketing oder Multi-Level-Marketing (MLM)**

Multi-Level-Marketing ist eine etablierte Art des Direktvertriebs, bei der ein Konsumgüterhersteller mit unabhängigen, selbständigen Vertriebspartnern zusammen arbeitet. Diese haben die Möglichkeit, als Solo-Unternehmer/in zu agieren oder sich eine eigene Vertriebsgruppe aufzubauen. Der entscheidende Unterschied zwischen dem herkömmlichen Direktvertrieb und dem Multi-Level-Marketing liegt in der unterschiedlich organisierten Vertriebsstruktur. Beim Network Marketing oder Multi-Level-Marketing partizipiert in der Regel jeder selbständige Vertriebspartner, neben seiner eigenen Vertriebstätigkeit teilweise auch am Produktumsatz seiner Vertriebspartner. Somit profitieren die Vertriebspartner auf sämtlichen Ebenen.

3. DIESE VORAUSSETZUNGEN SOLLTEN SIE MITBRINGEN

Besondere fachliche Kenntnisse im Bereich der zu vertreibenden Produkte sind von Vorteil, jedoch keine Voraussetzung. Kaufmännische Grundkenntnisse sind hilfreich, aber nicht zwingend erforderlich. Produktschulungen werden von professionellen Direktvertriebsunternehmen kostenfrei angeboten, sobald ein Vertriebspartner sich offiziell registriert hat. Darüber hinaus erfolgt eine laufende Schulung sowie kontinuierliches Mentoring über die selbständigen Vertriebspartner, die Erfahrung und fachliche Expertise in den Produkt- bzw. Dienstleistungsbereichen aufgebaut haben. Folgende persönliche Eigenschaften sollten Sie für eine erfolgreiche Tätigkeit im Direktvertrieb mitbringen:

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

4. VORTEILE DIREKTVERTRIEB GEGENÜBER TRADITIONELLEM HANDEL

Der Direktvertrieb besitzt gegenüber dem traditionellen Handel auch Vorteile. Ein Hauptargument für eine Vertriebspartnerschaft im Direktvertrieb dürfte die flexible Arbeitseinteilung sein. Doch auch ein geringer Investitionsbedarf, niedrige Fixkosten für Werbung, Miete und Personal, sowie der Wegfall von Lagerkosten sprechen für den Direktvertrieb. Insgesamt verspricht der Direktvertrieb bei entsprechendem Einsatz beruflichen Erfolg mit überschaubarem Risiko. Für den Einzelnen bedeutet dies, dass er ohne große unternehmerische Schranken schnell und flexibel agieren kann. Positive Beispiele für einen erfolgreichen Direktvertrieb sind seit Jahren etwa die Unternehmen Amway, Bofrost und Vorwerk.

5. DARAUF SOLLTEN SIE ACHTEN:

Um beruflich erfolgreich tätig zu sein, sollten verschiedene Parameter beachtet werden. Die

allermeisten Vertriebspartnerschaften agieren seriös und orientieren sich an eigenen oder branchenübergreifenden Richtlinien, haben somit nichts mit dem oftmals als „Schneeball- oder Pyramidensystem“ bezeichneten illegalen Praktiken zu tun. Grundsätzlich sollten sich Direktvertriebspartner an folgende Punkte halten:

- Seriöse Vertriebspartner arbeiten nicht mit überhöhten, als unrealistisch einzuschätzenden Provisionen,
- geben gerne Auskunft und bieten Informationen und Hilfestellungen an,
- bieten preislich angemessene Weiterbildungen an und achten darauf, dass ihre Vertriebspartner sich an die eigenen Regeln halten,
- professionelle Direktvertriebsunternehmen bieten Fortbildungen zu den eigenen Produkten darüber hinaus ohne Kostenaufwand an,
- der Fokus liegt auf dem Verkaufssystem und dem Verkauf von Produkten an Kunden, statt auf Rekrutierungsprämien und dem Verkauf von Produkten untereinander,
- der Verkaufserlös eines Vertragshändlers wird nicht um die Umsatzprovision für den Sponsor auf der nächsthöheren Stufe gekürzt, es existieren keine Vertragsstrafen und Mindestabnahmemengen.

6. WEITERE INFORMATIVEN – INTERNET

• **Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.**

Bundesallee 221

10719 Berlin

Telefon: 030 23635680

Telefax: 030 23635688

E-Mail: info@direktvertrieb.de

Internet: <http://www.direktvertrieb.de>

• **Bayerischen Wirtschaftverband für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.**

Ismaninger Straße 63

81675 München

Telefon: 089 419433-0

Telefax :089 419433 40

E-Mail: info@bayern.cdh.de Internet: www.bayern.cdh.de oder: www.handelsvertreter.de

WEITERE INFORMATIONEN – ZEITSCHRIFTEN

- Network-Karriere
- Die Fachzeitschrift für internationales Network-Marketing und Vertrieb
www.network-karriere.com

7. ANSPRECHPARTNER BEI DER IHK

Thomas Zapf

Telefon 0921 886-104, e-mail: zapf@bayreuth.ihk.de

Dieses Merkblatt dient als erste Orientierungshilfe und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Trotz sorgfältiger Recherchen bei der Erstellung dieses Merkblatts, kann eine Haftung für den Inhalt nicht übernommen werden. Die in diesem Merkblatt dargestellten Erläuterungen erfolgen vorbehaltlich etwaiger Veränderungen durch anstehende verordnungsrechtliche oder gesetzliche Änderungen.