

# NETWORK-KARRIERE

EUROPAS GRÖSSTE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Initiative 20  
Nebentätigkeit 24 | *mach es einfach!*



MARKUS HOFMANN  
BRINGT IHRE GRAUEN  
ZELLEN AUF TOUREN

Erfahren Sie in der Network Karriere,  
wie Sie Ihr Gedächtnis fit für die  
Herausforderungen des digitalen Alltags  
im dritten Jahrtausend machen



**Rolf Sorg**  
FitLine wird offizieller Partner  
der ATP-Tour



**Boris Grundl**  
Reden oder schweigen?  
„Doppelt so viel anhören  
wie reden“



**Markus Miller**  
Mobile Payments sind  
das Bargeld der Zukunft



**Bund der Steuerzahler**  
Einkommen: Von einem Euro  
bleiben nur 47,4 Cent



## DIE RECHTLICHEN ASPEKTE DER FÜHRUNG EINES DIREKTVERTRIEBSUNTERNEHMENS VERSTEHEN

Mit der ständig wachsenden Zahl von Unternehmen, die sich für das Direktvertriebsmodell entscheiden, um ihre Produkte an die Kunden zu liefern, wird es immer wichtiger, die im Laufe der Zeit geschaffenen rechtlichen Standards für die Geschäftstätigkeit einzuhalten. Manchmal wird gegen Unternehmen ermittelt, weil der Verdacht besteht, dass sie etwas Falsches oder Illegales tun. Es kann sein, dass diese Fehler absichtlich begangen werden, aber sehr oft sind sich die Unternehmen gar nicht bewusst, welche rechtlichen Konsequenzen ihre Entscheidungen nach sich ziehen.

Im Grunde genommen arbeiten Direktvertriebsunternehmen nach einer einfachen Prämisse: Sie verkaufen Produkte direkt an die Verbraucher über eine Gruppe unabhängiger Vertriebspartner, die keine Angestellten des Unternehmens sind. Das bedeutet, dass diese Vertriebspartner auch als solche behandelt werden sollten. Man kann ihnen nicht „sagen, was sie zu tun haben“. Sie sind unabhängig, und das bedeutet, dass sie selbst entscheiden, wie sie ihr Geschäft betreiben. Natürlich sollte es einen Rahmen von Verhaltensregeln geben, in dem sich die Vertriebspartner bewegen. Aber wir müssen uns auch darüber im Klaren sein, dass Vertriebspartner dazu neigen, Wege zu finden, um ihr Einkommen zu maximieren, indem sie Schlupflöcher im Vergütungsplan oder in den Qualifikationskriterien für Anreize finden. Die Branche ist voller rechtlicher Komplexität, die es zu durchschauen gilt, um die Einhaltung der Vorschriften zu gewährleisten.

Dieser Artikel befasst sich mit den rechtlichen Aspekten der Führung eines Direktvertriebsunternehmens und zeigt die besten Praktiken auf, um die Fallstricke zu vermeiden, die zu rechtlichen Problemen führen können, insbesondere im Zusammenhang mit illegalen Schneeballsystemen.

Aufsichtsbehörden wie die Federal Trade Commission (FTC) in den Vereinigten Staaten und ihre europäischen Pendanten gehen aktiv gegen solche Unternehmen vor und lassen sie schließen. Dies kann enorme Probleme für ihre Vertriebspartner verursachen. Es liefert aber auch Leitlinien für die Branche, von denen wir alle profitieren können.

Um gesetzeskonform zu bleiben und legal zu arbeiten, sollten sich Direktvertriebsunternehmen an einige wichtige Leitlinien halten.

Ein solider und legaler Vergütungsplan ist unerlässlich. Die Unternehmen müssen sicherstellen, dass die Vergütung ausschließlich auf Produktverkäufen und nicht auf der Anwerbung beruht. Jeder Euro, der an Vertriebspartner gezahlt wird, sollte direkt an einen Produktverkauf gebunden sein, um eine klare und legitime Einnahmequelle zu gewährleisten. Sie können natürlich Provisionen an Vertriebspartner zahlen, weil sie ein neues Teammitglied geworben haben, aber sie sollten immer direkt an die Produkte gebunden sein, die diese neuen Mitarbeiter kaufen.

Unternehmen werden von den Justizbehörden häufig aufgefordert, nachzuweisen, dass die von ihnen verkauften Produkte auch wirklich in den Händen der Endkunden landen. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, die Produktverkäufe vom Unternehmen bis zum Endkunden zu verfolgen. Diese Nachverfolgung gewährleistet Transparenz und Verantwortlichkeit und zeigt, dass die Produkte tatsächlich die Verbraucher erreichen, die Geld bezahlen, weil sie die Produkte mögen, und nicht nur, um sich für Provisionen oder Anreize zu qualifizieren.

Ein echter Kundenstamm ist unerlässlich. Nicht jeder, der mit dem Unternehmen zu tun hat, sollte ein Händler sein. Oft werden Kunden zu

Vertriebshändlern, um Produkte zu vergünstigten Preisen zu erwerben. Um diesem Problem zu begegnen, haben viele Unternehmen ein Vorzugskundenprogramm eingeführt. Dieses Programm ermöglicht es Einzelpersonen, Produkte mit einem Preisnachlass zu kaufen, ohne Vertriebshändler zu werden, so dass eine klare Unterscheidung zwischen Kunden und Vertriebshändlern gewährleistet ist.

Frontloading tritt auf, wenn Vertriebspartner große Mengen von Produkten kaufen, um sich für Belohnungen im Vergütungsplan oder für Anreize zu qualifizieren. Dies ist ein rechtliches Warnsignal. Um dies zu verhindern, gilt die Faustregel, dass mindestens 70 % der zuvor gekauften Produkte verbraucht oder an Endkunden verkauft sein sollten, bevor eine neue Bestellung aufgegeben wird. Unternehmen sollten diese Richtlinie überwachen und durchsetzen, um die negativen Auswirkungen des Frontloading zu vermeiden.

Einige Unternehmen verlangen von ihren Vertriebspartnern, dass sie monatliche Verkäufe an eine Mindestanzahl von Kunden (z. B. fünf) nachweisen, bevor sie Provisionen auszahlen. Diese Praxis stellt sicher, dass die Verkaufsaktivitäten echt sind und dass die Vertriebspartner aktiv Produkte verkaufen und nicht nur neue Mitglieder werben.

Ein solides Rückgabeprogramm ist wichtig, um das Vertrauen und die Zufriedenheit der Kunden zu erhalten. Die Kunden sollten sich darauf verlassen können, dass sie Produkte zurückgeben können, wenn sie nicht zufrieden sind, was auch dazu beiträgt, eine Überlastung der Lagerbestände bei den Händlern zu verhindern.

Transparenz ist im Direktvertrieb von entscheidender Bedeutung. Die Unternehmen sollten eine Einkommens-

erklärung abgeben, in der die realistischen Einkommensmöglichkeiten für die verschiedenen Untergruppen von Vertriebspartnern dargelegt werden. Diese Transparenz trägt dazu bei, realistische Erwartungen hinsichtlich der Einkommensmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens festzulegen. Allzu oft sehen wir Vertriebspartner in den sozialen Medien vor ihrem neuen Lamborghini oder ihrem Zweiteilhaus am Strand posieren. Das ist für einige Leute wahr, aber für die meisten Vertriebspartner nicht realistisch.

Ein Direktvertriebsunternehmen legal zu führen, erfordert ständige Bemühungen und Wachsamkeit. Die Unternehmen müssen sich über die neuesten Vorschriften und die besten Praktiken der Branche auf dem Laufenden halten. Die regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung von Vergütungsplänen, Mechanismen zur Verfolgung von Verkäufen, Kundenprogrammen und Rückgaberrichtlinien ist notwendig, um die Einhaltung der Vorschriften zu gewährleisten und das Unternehmen vor rechtlichen Anfechtungen zu schützen.

Direktvertriebsunternehmen können innerhalb eines rechtlichen Rahmens gedeihen und wachsen, der dem Produktverkauf Vorrang vor der Anwerbung einräumt und für Transparenz und Verantwortlichkeit sorgt. Durch die Einhaltung der oben genannten Richtlinien können Unternehmen die Fallstricke illegaler Schneeballsysteme vermeiden und ein nachhaltiges Geschäftsmodell aufbauen, von dem sowohl das Unternehmen als auch seine Vertriebspartner profitieren.

Bei der Einhaltung der Gesetze geht es nicht nur darum, Geldstrafen und Schließungen zu vermeiden, sondern auch darum, eine vertrauenswürdige und seriöse Marke aufzubauen, auf die sich Verbraucher und Vertriebspartner verlassen können. Indem sie sich auf den rechtmäßigen Verkauf von Produkten konzentrieren, echte Kundenbeziehungen pflegen und transparente Geschäftspraktiken aufrechterhalten, können Direktvertriebsunternehmen langfristig erfolgreich sein und einen positiven Einfluss auf den Markt ausüben.



**Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA**

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antriebsmotor für den Direktvertrieb unternehmensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: [peter@peterverdegem.com](mailto:peter@peterverdegem.com)  
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

# WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



**Jeden Monat wissen was im Direktvertrieb läuft**

[www.network-karriere.com](http://www.network-karriere.com)

[www.initiative-nebentaetigkeit.de](http://www.initiative-nebentaetigkeit.de)