

Verhaltensstandards des BVNM e.V. für das Network Marketing

Stand: November 2004

Version: 6.2.1

Verhaltensstandards des BVNM e.V. für das Network Marketing

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Allgemeine Hinweise	2
<hr/>	
Grundsätze	3
Wirkungskreis	3
Reichweite der Verhaltensstandards	3
Zielsetzung	3
Verstöße gegen die Verhaltensstandards	3
Bearbeitung von Beschwerden	3
Network Marketing und Weltanschauung	3
<hr/>	
Verhalten im Tagesgeschäft	4
Verhalten des Networkers gegenüber Endkunden und Geschäftspartnern	4
Der Sponsor im Network Marketing – Informationspflichten	4
Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen / Meetings	5
Äußerungen in der Öffentlichkeit	6
Anzeigenwerbung	6
Dokumentation von Vertragsabschlüssen	6
Erwerb von Waren	6
Garantieleistungen	7
Werbematerialien	7
Einstieg ins Network Marketing und damit einhergehende Produktbestellungen	7
<hr/>	
Anhang	8
Herausgeber / Impressum	9

Vorwort

Der im Frühjahr 2004 gegründete Bundesverband Network Marketing e.V. (BVNM e.V.) ist die Interessenvertretung der im Network Marketing Tätigen in Deutschland.

Die hier seit vielen Jahren etablierte Network Marketing Branche hat bisher keine verbindlichen Verhaltensstandards aufzuweisen. Diese Lücke soll durch die vorliegenden Verhaltensstandards des Bundesverbandes Network Marketing e.V. geschlossen werden.

Die Inhalte gehen auf langjährige Erfahrungen, viele Gespräche, Analyse der Texte von Kritikern, allgemeine Recherchen und auf Verhaltensstandards benachbarter Branchen zurück. Wir verfolgen mit diesen Verhaltensstandards das Ziel, dem Networker eine verbindliche Basis für sein Tun zu geben, um dadurch die Außendarstellung des Network Marketing und damit das Gesamtimage der Branche in der Öffentlichkeit zu fördern.

Die Verhaltensstandards sind ein Instrument der Selbstregulierung. Sie basieren auf den Werten eines ethischen und geschäftlich lauterer Miteinanders. In ihrem Geltungsbereich sollen sie für Mitglieder des Bundesverbandes Network Marketing e.V. verbindlich und für Nicht-Mitglieder Anleitung zum ethischen Handeln sein.

Die Verhaltensstandards sollen als Ergänzung zu den gesetzlichen Ausführungen, insbesondere zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verstanden und im Falle einer juristischen Auseinandersetzung als Referenztext zur Entscheidungsfindung herangezogen werden.

Allgemeine Hinweise

Wird in diesem Dokument der Begriff Networker* verwendet, sind damit auch zugleich alle Networkerinnen angesprochen. Die männliche Form wird lediglich aus Vereinfachungsgründen gewählt.

Für den Begriff Network Marketing* gibt es mehrere Synonyme, wie Multi-Level-

Marketing, Team-Marketing, Empfehlungs-marketing, Netzwerkmarketing u.a. Die hier formulierten Verhaltensstandards erheben Geltungsanspruch für diese dem Network Marketing verwandten Begriffe.

Im Anhang finden Sie ein Verzeichnis der Fachbegriffe mit Erläuterungen.

Sie finden dort auch alle im Text mit einem * versehenen Begriffe.

Grundsätze

Voraussetzung für die Aufnahme als Mitglied in den BVNM e.V. und für den Fortbestand der Mitgliedschaft ist die Anerkennung der hier vorliegenden Verhaltensstandards als verbindlich in der Tätigkeit als Networker.

Die Mitglieder des BVNM e.V. verpflichten sich im geschäftlichen Verkehr zur Einhaltung dieser Verhaltensstandards und wahren gegenüber Interessenten, Geschäftspartnern, Endkunden und anderen Networkern stets lauterer Geschäftsgebaren. In diesem Sinne wird besondere Rücksicht bei der Anbahnung wie Durchführung von Verkaufs- und Rekrutierungsgesprächen bzw. –veranstaltungen* und dem Abschluss und der Abwicklung von Verträgen genommen.

Mitglieder im BVNM e.V.

verpflichten sich, sich im geschäftlichen Umgang mit Geschäftspartnern, Interessenten und dem Wettbewerb stets fair und respektvoll zu verhalten und insbesondere systematische und aggressive Abwerbung von Networkern anderer Unternehmen der Branche zu unterlassen.

Wirkungskreis

Die Verhaltensstandards des BVNM e.V. regeln die Kontakte zwischen

- Networkern und den an der Geschäftsgelegenheit des Network Marketing Interessierten
- Networkern und ihren Geschäftspartnern
- Networkern und den an den Produkten und oder Dienstleistungen Interessierten
- Networkern und ihren Endkunden
- Networkern unterschiedlicher Unternehmen untereinander

Reichweite der Verhaltensstandards

Die Verhaltensstandards des BVNM e.V. sind für Mitglieder verbindlich. Sie bleiben dies für die gesamte Zeit der Mitgliedschaft.

Die Verhaltensstandards des BVNM e.V. nehmen nicht Stellung zu den allgemeinen Geschäftsbedingungen bzw. der Politik des jeweiligen Network Marketing Unternehmens.

Zielsetzung

Zielsetzung des BVNM e.V. und der Verhaltensstandards ist die

- Imagepflege der Network Marketing Branche
- Zufriedenheit und Schutz der an der Geschäftsgelegenheit des Network Marketing Interessierten
- Zufriedenheit und Schutz der Geschäftspartner im Network Marketing
- Förderung des lauterer Wettbewerbs der Networker unterschiedlicher Unternehmen untereinander.

Verstöße gegen die Verhaltensstandards

Verstöße gegen die Verhaltensstandards des BVNM e.V. können für das Mitglied folgende Konsequenzen nach sich ziehen:

- Abmahnung durch den Verband
- Aberkennung des Gütesiegels*
- Ausschluss des Mitgliedes aus dem BVNM e.V.

Bearbeitung von Beschwerden

Beschwerden über das Verhalten von Mitgliedern des BVNM e.V. müssen schriftlich eingereicht werden. Über eine eventuelle Abmahnung bzw. einen eventuellen Ausschluss des gemahnten Mitglieds wird nach Rücksprache mit den Beteiligten in einer angemessenen Frist entschieden. Entscheidungsträger ist der Vorstand.

Network Marketing und Weltanschauung

Network Marketing ist eine Form der Warendistribution und weder eine Weltanschauung noch eine Religion. Jedwede Vermittlung weltanschaulicher Inhalte, insbesondere mit der Absicht manipulativ auf die Persönlichkeitsstruktur von

Geschäftspartnern einzuwirken und dadurch Abhängigkeiten zu schaffen, verbietet sich.

Der Networker hat seine Handlungen jederzeit an einer freiheitlichen Werteordnung zu orientieren, die sich der freien Meinungsbildung und –äußerung verpflichtet. Mitglieder des BVNM e.V. gehören keinen extremen religiösen Vereinigungen oder sogenannten Psychogruppen an, insbesondere nicht der Church of Scientology von L. Ron Hubbard.

Verhalten im Tagesgeschäft

Verhalten des Networkers gegenüber Endkunden und Geschäftspartnern

Das Mitglied im Bundesverband Network Marketing e.V. wird

- im Kontakt mit potentiellen Endkunden und Geschäftspartnern alles unterlassen, was zu Missverständnissen über den Zweck des Zusammenkommens führen könnte.
- im Gespräch mit Interessenten besondere Rücksicht auf Verbraucher und Personen nehmen, die aufgrund ihres Alters, ihrer Sprachkenntnisse und ihrer intellektuellen Fähigkeiten die Konsequenzen Ihres Handelns nur eingeschränkt einschätzen können. Bei diesen Gesprächen sind stets die guten Sitten zu wahren.
- beim Erstkontakt mit potentiellen Geschäftspartnern und Endkunden auf Anfrage des Interessenten das Network Marketing Unternehmen, für das er tätig ist, beim Namen nennen.
- wenn der Kontakt zu einem persönlich noch unbekanntem Interessenten über eine Empfehlung zustande kam, zu Beginn des Gesprächs den Empfehlungsgeber, den Grund der Kontaktaufnahme nennen und die Erlaubnis zur Ansprache einholen.

- bei einem Angebot an Verwandte und Bekannte darauf achten, dass die familiären bzw. freundschaftlichen Bindungen nicht für die Warenbestellung bzw. den Abschluss einer Geschäftspartnerschaft ausgenutzt werden. Er hat stets darauf zu achten, dass eine solche geschäftliche Entscheidung immer aufgrund sachlicher Erwägungen und nicht aufgrund eines privaten Entgegenkommens erfolgt.
- seine berufliche Stellung Interessenten gegenüber klar kommunizieren. Er wird Titel wie Manager, Director, President u.a. - die von vielen Network Marketing Unternehmen vergeben werden, um eine Stufe innerhalb des Vertriebsplanes zu bezeichnen - nicht verwenden, um eine Analogie zu Berufsbezeichnungen in sozialversicherungspflichtigen Tätigkeiten vorzutäuschen.

Der Sponsor* im Network Marketing - Informationspflichten

In seiner Rolle als Sponsor wird das Mitglied im BVNM e.V. folgende Pflichten übernehmen

- potentielle Geschäftspartner wie Endkunden in angemessener Weise und so umfassend wie nötig zu informieren über
 - die Geschäftsgelegenheit,
 - die Produkte
 - die Dienstleistungen
- des jeweiligen NM – Unternehmens.
- bei anfallenden Fragen wahrheitsgemäß Auskunft zu geben.

Aktuelle Informationen bezüglich des Unternehmens, der Produkte und Dienstleistungen, anstehender Veränderungen und sonstige Neuigkeiten zeitnah an die Geschäftspartner bzw. Endkunden weiterzuleiten

- den Marketingplan des Network Marketing Unternehmens neuen Geschäftspartnern verständlich zu vermitteln.
- Sorge dafür zu tragen, dass - gerade auch im Hinblick auf mögliche Qualifikationen* für den Erhalt von Provisionen - die wesentlichen Bestandteile des Marketingplanes von neuen Geschäftspartnern verstanden werden.
- über die mit der selbstständigen Tätigkeit im Network Marketing verbundenen Notwendigkeiten zu informieren, wie
 - anfallende Investitionen
 - wesentliche kaufmännische Grundsätze
 - die Pflicht einer Gewerbeanmeldung,
 - die Buchhaltungspflicht
 - die Anzeige der nebenberuflichen Tätigkeit beim Arbeitgeber – wenn laut Arbeitsvertrag notwendig
- bei der Anwerbung neuer Geschäftspartner keinerlei indirekte Finanzierung der Geschäftsgelegenheit zu empfehlen oder zu vermitteln.
- neue Geschäftspartner in die Praxis des Network Marketing einzuführen. Der Sponsor übernimmt
- eine Mentorenfunktion, und damit die Aufgabe, diese Funktion an eine erfahренere Person weiterzuleiten, falls er sie selbst nicht erfüllen kann.
- auf Anfrage die Bereitschaft zu zeigen, indirekte Geschäftspartner im Aufbau ihres Network Marketing-Geschäftes zu unterstützen.
- die Verhaltensstandards des BVNM e.V. zu vermitteln und durch deren

Einhaltung neuen Geschäftspartnern stets als Vorbild zu dienen.

Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen* / Meetings

Im Rahmen von Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen (auch Meetings genannt), wird der Interessent, egal ob diese in Hotels, in Privatwohnungen oder anderen Orten stattfinden, sowohl im Vorfeld als auch vor Ort über den Anlass des Zusammenkommens informiert.

Dabei darf nicht der Eindruck erweckt werden, bei der Präsentation der Geschäftsgelegenheit handele es sich um das Angebot einer sozialversicherungspflichtigen Tätigkeit.

Sinn und Zweck einer Geschäfts- bzw. Produktpräsentation ist es, die Produkte und Dienstleistungen des jeweiligen Network Marketing Unternehmens und die damit verbundene Geschäftsgelegenheit sachlich zu präsentieren.

Gegen gesetzliche Bestimmungen verstoßende und irreführende bzw. übertriebene Aussagen über die Beschaffenheit von Produkten und Dienstleistungen, und insbesondere zu Einkommenserwartungen im Network Marketing sind zu unterlassen - insbesondere das Versprechen, im Network Marketing könne man ohne nennenswerten Aufwand ein überdurchschnittliches Einkommen erwirtschaften - egal in welcher Form vorgetragen.

Dem Teilnehmer soll eine profunde Entscheidungsgrundlage hinsichtlich möglicher Produktkäufe und / oder einer Geschäftspartnerschaft gegeben werden. Eine Geschäfts- bzw. Produktpräsentation im Network Marketing verfolgt keinen anderen Zweck.

Werden bei Geschäfts- bzw. Produktpräsentation sogenannte Testimonials* abgegeben, müssen diese – falls nicht wissenschaftlich belegt - als subjektive und nicht-wissenschaftlich fundierte Äußerung kenntlich gemacht werden.

Sofern Geschäfts- bzw. Produktpräsentation im privaten Umfeld stattfinden, sind sie kostenfrei. Finden sie in Hotels statt, ist eine geringe Kostenbeteiligung der Teilnehmer, z. B. für Raummiete zulässig. Teilnehmer sollten darüber jedoch im Vorfeld informiert werden.

Im Anschluss an Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen werden Interessenten nicht zur Bestellung von Produkten oder zum Abschluss einer Geschäftspartnerschaft gedrängt.

Äußerungen in der Öffentlichkeit

Mitglieder des BVNM e.V. sprechen in der Öffentlichkeit, insbesondere in den Medien, weder über andere Network Marketing Unternehmen, deren Produkte und Dienstleistungen, noch über andere Networker in abfälliger Weise oder verbreiten keinerlei Äußerungen, die diese in Misskredit bringen.

Anzeigenwerbung / Internetauftritte / Versand von Emails

Um Transparenz zu schaffen ist es wünschenswert, das Anzeigenwerbungen in der Presse, aber auch in spezifischen Internetdiensten, neben den Kontaktdaten des Networkers auch den Namen des Unternehmens enthalten für das er tätig ist (wenn die Statuten des jeweiligen Unternehmens die zulassen).

Außerdem soll nicht der Eindruck vermittelt werden, bei der angebotenen Geschäftsgelegenheit handele es sich um eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung.

Stellensuchende, die Anzeigen in der Tagespresse und in spezifischen Internetdiensten schalten und die dabei nicht ausdrücklich formulieren, dass eine selbstständige Tätigkeit oder eine Tätigkeit im Bereich Handel und Vertrieb gewünscht wird, dürfen von Mitgliedern des BVNM e.V. nicht aktiv auf die Geschäftsgelegenheit des Network Marketing angesprochen bzw. angeschrieben werden.

Bei der Darstellung seiner Geschäfts-Gelegenheit auf seinen Webseiten soll der

Networker auf eine sachliche und professionelle Darstellung Wert legen.

Übertriebene graphische Darstellungen, wie überdimensionierte Buchstaben und unseriöse Farbgebung haben zu unterbleiben. Ebenfalls ist die übermäßige Verwendung von Superlativen und Kraftausdrücken im Sprachgebrauch zu unterlassen. Die Präsentation von Statussymbolen sollte nicht übermäßig ausfallen. Es darf jedoch in keinem Fall der Eindruck erweckt werden, es handle sich beim Network Marketing um eine Geschäftsgelegenheit bei der man ohne nennenswerten Aufwand ein überdurchschnittliches Einkommen erwirtschaften könne.

Beim Versand von (Werbe-) Emails ist grundsätzlich darauf zu achten, dass der Versand an mehrere Adressen oder ein mehrfacher Versand der Nachricht an ein und denselben Adressaten nur mit ausdrücklichem Einverständnis für den Erhalt der Informationen geschieht. Jedwede Form des sogenannten „Spammings“ ist zu unterlassen.

Dokumentation von Vertragsabschlüssen

Der Networker wird einem neu gewonnenen Endkunden oder Geschäftspartner nach Unterzeichnung des Geschäftspartner-Vertrages* bzw. der Produktbestellung eine Kopie aushändigen. Falls dies zu diesem Zeitpunkt nicht möglich sein sollte, wird eine Kopie nachgereicht.

Wird eine Bestellung storniert bzw. ein Lizenzvertrag gekündigt, liegt dies einzig und allein im Ermessen desjenigen, der die Bestellung aufgegeben hat bzw. den Lizenzvertrag geschlossen hat. Stornierung wie Vertragskündigung sind vom Networker uneingeschränkt zu akzeptieren.

Erwerb von Waren

Mitglieder im BVNM e.V. fordern ihre Geschäftspartner nicht dazu auf, übermäßig große Mengen

- an Waren,

- an Eintrittskarten für Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen oder
- an Präsentationsmaterialien, wie Flyer, Broschüren, Bücher, CDs u. a. zu erwerben.

Grundverständnis und dem Ruf der gesamten Branche abträglich.

Garantieleistungen

Garantieleistungen werden durch das Network Marketing Unternehmen geregelt. Die allgemeinen Geschäftsbedingungen werden dem Endkunden / Geschäftspartner in schriftlicher Form ausgehändigt. Sie enthalten mindestens Name und die Adresse des Garantieträgers, sowie Voraussetzungen und Umfang der Garantieansprüche.

Werbematerialien

In vom Networker selbstständig erstellten Flyern, Prospekten und Werbematerialien werden irreführende bzw. übertriebene Angaben über Eigenschaften und Wirkungen von Produkten sowie über Einkommensmöglichkeiten im Network Marketing zugunsten einer sachlichen Darstellung unterlassen. Insbesondere Formulierungen, die den Eindruck erwecken, Verdienste im Network Marketing können ohne adäquate Gegenleistung erzielt werden, müssen unterbleiben. Bei Aussagen über Produkte und oder Dienstleistungen sind die gesetzlichen Bestimmungen, insbesondere hinsichtlich so genannter Heilaussagen, zu beachten.

Einstieg ins Network Marketing und damit einhergehende Produktbestellungen

Die Bestellung von Produkten beim Abschluss einer Geschäftspartnerschaft ist sinnvoll. Der persönliche Kontakt und die Identifikation mit den angebotenen Produkten ist Grundlage des Geschäfts im Network Marketing. Der Einstieg ins Network Marketing sollte jedoch nicht mit übermäßig großen Produktbestellungen einhergehen. Network Marketing ist eine Form der Selbstständigkeit die mit geringem Risiko begonnen werden sollte. Hohe Finanzielle Belastungen für neue Geschäftspartner sind diesem

Anhang

Für die Verhaltensstandards, die der Bundesverband Network Marketing e.V. für seine Mitglieder entwickelt hat haben die verwendeten Begriffe folgende Bedeutung:

Geschäftspartnerantrag

Eine schriftliche Vereinbarung mit einem Network Marketing Unternehmen, die in der Regel dazu berechtigt, die Produkte und oder Dienstleistungen des jeweiligen Unternehmens zum Einkaufspreis zu erwerben und an Endkunden zum Verkaufspreis weiterzugeben. Außerdem ist der Geschäftspartner mit dieser Vereinbarung berechtigt, neue Geschäftspartner zu rekrutieren.

Geschäfts- bzw. Produktpräsentationen / Meetings

Die Vorstellung von Produkten und oder Dienstleistungen bzw. die Präsentation der Geschäftsgelegenheit des jeweiligen Network Marketing Unternehmens vor einer Einzelperson oder einer Gruppe von Interessenten durch einen Vertragspartner eines Network Marketing Unternehmens.

Gütesiegel

Der Bundesverband Network Marketing e.V. vergibt an Mitglieder, die entsprechende Verbandsschulungen durchlaufen haben, ein Gütesiegel zum „zertifizierten Networker“.

Networker

Eine Person, die ein selbstständiges Geschäft in der Network Marketing Branche betreibt.

Network Marketing

Network Marketing ist eine Form des Direktvertriebs. Es beschreibt die Möglichkeit, Produkte dem ultimativen Konsument durch ein Netzwerk selbständiger Vertragshändler direkt anzubieten, wobei der klassische Einzelhandel umgangen wird. Der einzelne Vertragshändler vertreibt jedoch nicht nur Produkte, sondern ist darüber hinaus bestrebt, weitere Geschäftspartner für dieses Vertriebsnetz zu gewinnen, welche ihrerseits Produkte an Kunden vertreiben und neue

Geschäftspartner gewinnen. Dafür partizipiert der Anwerbende am Verkaufsergebnis in Form von Bonuszahlungen. In einem weiteren Schritt erhält er außerdem Zahlungen aus dem Umsatz weiterer Geschäftspartner, welche von seinen Geschäftspartnern angeworben werden.

Network Marketing Unternehmen

Ein Unternehmen, das sich beim Vertrieb seiner Produkte und oder Dienstleistungen ein Netzwerk von Vertragspartnern zu Nutze macht. Die Aufgabe der Vertragspartner besteht dabei sowohl in der Vermarktung der Produkte und oder Dienstleistungen an den Endkunden, als auch in der Erweiterung der Geschäftspartnernetzwerkes durch das Anwerben neuer Geschäftspartner.

Qualifikationen

Qualifikationen sind Produktbestellungen, die oftmals von Network Marketing Unternehmen als Voraussetzungen an die Auszahlung von Provisions- bzw. Bonuszahlungen an den Networker gestellt werden.

Rekrutierung neuer Geschäftspartner / Sponsoring

Der Vorgang Interessenten über die Geschäftsgelegenheit des jeweiligen Network Marketing Unternehmens zu informieren und sie ggf. als neue Geschäftspartner zu registrieren.

Sponsor

Der Sponsor im Network Marketing ist diejenige Person, die einen neuen Geschäftspartner wirbt und ihn in die Geschäftspraxis des Network Marketing einführt.

Testimonials

Ein Testimonial ist eine empfehlende Aussage einer Einzelperson. Im Rahmen von Geschäfts- und Produktpräsentationen aber auch in Werbematerialien werden Testimonials vorgetragen, um die Eigenschaften und Wirkweisen von Produkten und oder Dienstleistungen darzustellen.

Herausgeber / Impressum

Herausgeber: Bundesverband Network Marketing e.V., Berlin 2004
© 2004 Alle Rechte beim Bundesverband Network Marketing e.V.
Verstöße gegen das Urheberrecht werden strafrechtlich verfolgt.

Bundesverband Network Marketing e.V. (BVNM)
Geschäftsstelle Berlin
Fasanenstr. 85, 10623 Berlin
E-Mail: info@bvnm.de
Internet: www.bvnm.de

Der Bundesverband Network Marketing e.V. behält sich vor, die Verhaltensstandards zu novellieren. Stand dieser Fassung: November 2004