

## Qualität statt Keilerimage

Wien (OTS) - Der Direct Marketing Verband Österreich (DMVÖ) hat gemeinsam mit Vertriebsprofis, Auftraggebern, Rechtsvertretern und der Wirtschaftskammer Österreich eine Offensive für die kontinuierliche Qualitätsentwicklung des Direktvertriebs in Österreich gestartet. Die neue Plattform "Direct Sales" wurde heute im Rahmen einer Pressekonferenz in Wien vorgestellt.

Nach wie vor kämpft die junge, boomende Disziplin des Door-to-Door-Marketings mit negativer Publicity und kritischen Stimmen. "Die Liberalisierung der Strom- und Telefoniemärkte erfordert von den neuen Anbietern oftmals einen Direktkontakt vor Ort. Oft sehen sich die Anbieter allerdings einer ablehnenden Front bisheriger Monopolisten ausgesetzt", meint Ing. Jürgen Menedetter, DMVÖ-Präsident. "Von Seiten des DMVÖ wird daher eine Qualitätsoffensive gestartet, um diesen neuen Wirtschaftszweig mit einem Maximum an Qualität auszustatten.

Ein erster Schritt wurde mit der Erstellung von verbindlichen Verhaltensstandards gesetzt. "Ziel ist es, das Image unserer Branche nachhaltig zu verbessern und zur Akzeptanzsteigerung seitens des Konsumenten beizutragen", meint Martin Wilfing, Geschäftsführer des Direktvertriebsunternehmens Ranger Marketing und Initiator der Plattform "Direct Sales" im DMVÖ: "Die Branche Direct Sales stellt bereits heute mit rund 20.000 Selbstständigen und Angestellten - Tendenz stark steigend - einen bedeutenden Wirtschaftszweig in Österreich dar."

Auch Mag. Michael Heiden, Geschäftsführer des Stromanbieters "Unsere Wasserkraft" unterstützt die Initiative: "Als Energieunternehmen sind wir auf langfristige Kundenbeziehungen angewiesen. Eine seriöse Kundenansprache kann daher nur in unserem Sinne sein, immerhin sind 83 Prozent unserer 95.000 Kunden auf Direct Sales zurückzuführen."

Dass Kritik am Direktvertrieb zumeist ungerechtfertigt ist, belegen aktuelle Zahlen. "Unsere Wasserkraft" führt regelmäßig Kundenbefragungen durch. "99,97 Prozent der befragten Kunden sind mit unseren Beratern sehr zufrieden. Dies betrifft den Gesprächsverlauf, die Fachkompetenz, die Seriosität und auch das Auftreten der

Berater", so Heiden weiter.

#### Die Qualitätsoffensive im Detail

Die Verhaltensstandards Direct Sales wurden auf Basis bestehender und bewährter Rahmenbedingungen des Handelsverbandes erarbeitet und konkretisieren die Grundsätze lauterer Geschäftsgebarens gegenüber Verbrauchern, Kundenberater und Mitbewerbern. Unternehmen, die Direktvertrieb betreiben, sind angehalten, diese ihren Mitarbeitern näher zu bringen und für die konsequente Umsetzung zu sorgen. Eine Kontrollkommission geht Beschwerden nach, klärt Sachverhalte und wird im Anlassfall Konsequenzen ziehen. Als nächste Schritte sind die Erarbeitung von Richtlinien für die Vergabe eines Gütesiegels sowie eine Hotline und eine Direct Sales-Academy in Kooperation mit dem WIFI geplant.

~

#### Rückfragehinweis:

comm:unications

Sabine Pöhacker

Tel +43/1/315 14 11-0

mailto:sabine.poehacker@communications.co.at

DMVÖ

Dkfm. Joseph Hamberger

Tel +43 1 911 43 00

mailto:office@dmvoe.at

~

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER  
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS \*\*\*

~

OTS0220 2004-09-16/15:04

~

161504 Sep 04

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20040916\\_OTS0220](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20040916_OTS0220)