

Vad är direkthandel?

Direkthandelns Förening (DF) är den organisation som organiserar svenska direkthandelsföretag och bevakar branschens intressen. Inom organisationen finns en rad företag som arbetar på sinsemellan ganska olika sätt. Dock har alla det gemensamt att de bedriver någon form av det vi kallar "direktförsäljning".

I detta faktablad ska vi försöka definiera exakt vad direkthandel är, vad som skiljer försäljningsformen från konventionella arbetsätt samt peka på möjligheter och risker.

Direkthandel är försäljning som sker på annan plats än i butik. Kunden möter säljaren i sitt eget hem, i någon annans hem, på arbetsplatsen eller någon annanstans där kunden inte bara uppehåller sig tillfälligt. Direkt-handel kan också äga rum per telefon. Det centrala är att säljsamtalet äger rum utanför konventionell butiksmiljö och på kundens villkor. Det handlar också alltid om personlig försäljning. Postorder, tv-shopping och näthandel är alltså inte direktförsäljning.

Det finns en rad olika sätt att bedriva direkthandel. De vanligaste är direkt mellan två personer, vid sk "home parties" och genom telefonförsäljning. Alla ger möjligheter till positiva upplevelser och bra köp för kunden samt goda affärsmöjligheter för säljare och företag. Men det finns också en risk att oseriösa aktörer missbrukar det förtroende kunden visar. Att motverka sådant missbruk och värna om en hög etisk nivå i branschen är en av DF:s viktigaste uppgifter.

Direkt mellan två personer

Att "knacka dörr" är den äldsta formen av direktförsäljning. Vanliga produkter vid denna typ av direkthandel idag är t ex hushållsmaskiner och uppslagsverk. Säljarna är ofta anställda och helt eller delvis provisionsavlönade.

"Dörrförsäljning" har alla förutsättningar att vara positivt för kunden. Man får en personlig demonstration av en säljare som kan sin produkt, brinner för den och som ger sin odelade uppmärksamhet. Det är bekvämt att handla i sitt eget hem, och man får möjlighet att känna, smaka och lukta på

produkten och testa den i lugn och ro i den miljö den ska användas i.

Men det händer att oseriösa aktörer missbrukar det förtroende kunden visar genom att öppna sin dörr. Utnyttjande av kundens svagheter (hög ålder, språksvårigheter etc), osanna utfästelser och bristfällig information om t ex kundens rätt att ångra köpet förkommer tyvärr. Både lagstiftning och DF:s etiska regler är tydliga på dessa punkter. Direkthandelns Förening har vid flera tillfällen vägrat företag medlemskap pga etiska brister när det gäller dörrförsäljningsverksamhet.

För mer information, se DF:s faktablad nr 3: “Är direktsäljare luredrare?”.

“Home parties”

Direkthandel till grupper av människor, ofta vänner och bekanta, under socialt trivsamma former förknippas i det allmänna medvetandet oftast med försäljning av hushållsartiklar. Men många andra produkter säljs numera också via home parties, som t ex kosmetik och erotiska hjälpmedel. Säljarna är oftast antingen anställda med provisionslön eller distributörer i nätverksföretag (se nedan).

Denna form av direkthandel för in en social dimension i säljprocessen, för både kunder och säljare. En stor andel av dem som arbetar på detta sätt har verksamheten helt eller delvis som hobby eller fritidsnöje. Ett sätt att förena nytta med nöje.

Den sociala dimensionen kan naturligtvis också vara en risk. En oseriös säljare kan utnyttja det gruppsyck som kan uppstå på ett “home party”. Men samma lagar och etiska regler som för all annan direkthandel gäller naturligtvis även denna försäljningsform.

Telefonförsäljning

Telefonförsäljning är egentligen distansförsäljning, men i Sverige finns det en tradition att betrakta telefonförsäljning som en form av direkthandel. Telefonförsäljningsföretag kan därför vara medlemmar i SWEDMA (Swedish Direct Marketing Association) lika väl som i DF.

En rad olika varor och tjänster - från försäkringar via telefonabonnemang till böcker - säljs idag per telefon. Vissa företag använder telefonen för att bestämma tid för hembesök.



Även denna form av direkthandel kan för kunden vara ett praktiskt och enkelt sätt att handla, men har också sina risker när oseriösa aktörer är i farten. I mångt och mycket dras denna försäljningsform med samma problem som försäljning direkt mellan två personer.

Den som inte vill bli uppringd av telefonsäljare kan ansluta sig till tjänsten NIX-Telefon (www.nix.nu), vilket måste respekteras av företagen.

Förutom de lagar som gäller för direkthandel i allmänhet omfattas telefonförsäljning också av Distansavtalslagen. För de telefonförsäljningsföretag som är anslutna till DF gäller naturligtvis också föreningens etiska regler.

Nätverksorganisation

Ett direkthandelsföretag kan organisera sig på flera olika sätt. Ett är sk nätverk eller Multi-Level Marketing (MLM).

Den stora skillnaden mellan MLM och konventionell organisation är att tillverkaren inte behöver bygga upp någon säljorganisation av anställda. I stället sköts detta av ett nätverk av fristående distributörer som är egna företagare. Alla dessa köper in varor direkt från tillverkaren och säljer direkt till slutkunden. Det finns alltså inget grossistled i denna typ av organisation.

Nätverket växer genom personlig värvning. Den värvande distributören utbildar, tränar och stöder den nye och får i gengäld en bonus på hans eller hennes försäljning till slutkund utöver förtjänsterna av egen försäljning.

Systemet eliminerar eller sänker många kostnader som finns i konventionella säljorganisationer och ger de deltagande distributörerna stor personlig frihet. Risken med MLM är att benämningen kan användas som täckmantel för oseriös eller t o m olaglig verksamhet som liknar eller är att jämställa med pyramidspel. För mer information om detta, se DF:s Faktablad nr 1 "Är nätverksförsäljning och pyramidspel samma sak?"

Vad är Direkthandelns Förening?

Direkthandelns Förening (DF) är branschorganisationen för företag som arbetar med direkthandel, dvs försäljning som sker på annan plats än i butik.

Föreningen har ett 40-tal medlemsföretag som tillsammans sysselsätter ca 70% av direkthandelns totalt ca 120 000 direktsäljare. Företagen arbetar med många olika typer av produkter, som t ex kosmetik, hälsokost, hushållsartiklar, böcker, rengöringsprodukter och erotiska produkter. Branschen omsatte 1,3 miljarder i Sverige 2001 och befinner sig i stark tillväxt.

Föreningens huvuduppgifter är att bevaka medlemmarnas intressen och skydda konsumenten, att verka för god affärsed och att utveckla branschen. DF är remissorgan vid lagstiftning som påverkar direkthandeln. Man bedriver också upplysningsverksamhet gentemot Konsumentverket och andra myndigheter, samt informerar branschen om kommande lagstiftning.

DF är medlem i FEDSA (Federation of European Direct Selling Associations) och WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations).

Mer information

Direkthandelns Förening
Kärleksgatan 2 A
211 45 Malmö

Telefon: 040-29 43 70

Telefax: 040-29 43 82

E-post: info@direkthandeln.org

Hemsida: www.direkthandeln.org

