

Qualitative Kriterien für den kanalübergreifenden Vertrieb von mey-Produkten

(Stand: Januar 2023)

Wir sind ein Familienunternehmen, unabhängig seit 1928 und stolz darauf. Wir fertigen in Europa und sind auf der Schwäbischen Alb zu Hause.

Seit Jahrzehnten produzieren wir vom Stoff bis zum Endprodukt in eigenen Werken. Die Balance aus Tradition und Innovation ermöglicht uns die nachhaltige Herstellung von nicht imitierbarer Bodywear, mit der wir unsere Kunden begeistern. Wir sind eine selbstbewusste und erfahrene Marke, die sich durch höchste Qualität, eigene Wertschöpfung und zeitgemäßes Design auszeichnet.

Als inhabergeführtes Familienunternehmen stellen wir höchste Ansprüche an die Qualität unserer Arbeit und machen keine Kompromisse bei Material, Qualität und Verarbeitung. Wir übernehmen Verantwortung für Mensch und Umwelt.

Wir produzieren ausschließlich unter unserem eigenen Namen. Wir überzeugen unsere Kunden durch höchste Qualität sowie große Leidenschaft und machen sie so zu loyalen Markenbotschaftern. Wir sind eine begehrte Bodywear- und Lifestylemarke, die als Synonym für Qualität, Anspruch und Kundenorientierung steht.

Der wesentliche Teil unseres Umsatzes wird über zufriedene Kunden generiert, welche ihnen bekannte mey-Produkte über einen langen Zeitraum immer wieder kaufen. Daher unternehmen wir größte Anstrengungen, jeden Kundenkontakt vom Erstkontakt über die Produktberatung bis zum After-Sales und die Reklamationsabwicklung so zu gestalten, dass langfristige und nachhaltig erfolgreiche Beziehungen zu unseren Kunden entstehen.

Um diese Philosophie für unsere Kunden erlebbar zu machen, haben wir sowohl für unsere eigenen Kontaktpunkte (Retail-Stores, mey.com Webshop) als auch für unsere Handelspartner qualitative Kriterien definiert, welche nachfolgend spezifiziert und festgeschrieben werden. Die Erfüllung und Einhaltung dieser Kriterien sind Voraussetzung für den Vertrieb von mey-Produkten durch jeden Händler. mey wird keine Produkte zum Weitervertrieb an Händler liefern, welche die hier festgeschriebenen Kriterien nicht erfüllen.

Zudem ist es jedem belieferten Händler untersagt, mey Produkte an andere Händler zu liefern, welche die nachfolgenden Kriterien nicht erfüllen und daher nicht durch mey zum Vertrieb von mey-Produkten zugelassen sind.

Handelt ein Händler den nachfolgenden Kriterien zuwider, ist mey insbesondere berechtigt, den Händler teilweise oder vollständig von einem weiteren Vertrieb von mey-Produkten auszuschließen oder einen bestimmten Vertrieb von mey-Produkten zu untersagen.

A. Allgemeine Qualitätsvorgaben:

1. Der Händler wird die Produkte auf eine Art und Weise zum Verkauf anbieten, die der Wahrung und Förderung des hohen Wertes, Images und Rufes von mey und der mey-Produkte gerecht wird. Der Händler wird jede Aktivität unterlassen, die geeignet ist, sich nachteilig auf den hohen Wert, das Image und den Ruf von mey oder der mey-Produkte auszuwirken.
2. Dies bezieht sich unter anderem auf den Zustand und die Ausstattung des Ladengeschäfts und/oder des Online-Shops, die Präsentation und das Umfeld der mey Produkte.
3. Der Händler wird die mey Produkte im Markenumfeld des gehobenen Fachhandels mit Marken wie beispielsweise Chantelle, Marie Jo, Simone Perele oder Hanro präsentieren. Der Händler wird mey Produkte eindeutig von Produkten anderer Marken abgrenzen und mey als Marke klar und eigenständig herausstellen. Auch für Online-Shops gilt es mey als Marke eigenständig und eindeutig darzustellen. Markenprodukte, welche in Bezug auf die Produktqualität und das Markenversprechen deutlich niedriger angesiedelt sind als mey, werden nicht in unmittelbarer räumlicher Nähe verkauft. Der Händler verpflichtet sich in diesem Zusammenhang, Drittprodukte, die geeignet sind, das Markenimage von mey negativ zu beeinträchtigen, nicht im Zusammenhang mit den Produkten von mey zu bewerben, anzubieten und/oder zu verkaufen. Der Händler wird die mey-Produkte nur in thematisch passende Kategorien einstellen und nicht in Kategorien anderer Marken.
4. Bei der Präsentation der Produkte orientiert sich der Händler im Hinblick auf die Gestaltung der Werbung bzw. des Angebots am Image und den Verbrauchererwartungen in Bezug auf die mey-Marken. Nicht zulässig sind abweichende Produktbezeichnungen, welche dem Verbraucher keine eindeutige Vergleichbarkeit zwischen Produktangeboten ermöglichen und das Produkt nicht eindeutig machen.
5. Der Händler und sein Verkaufspersonal müssen über das notwendige Know-how für den Verkauf der Produkte verfügen und die Kunden in Bezug auf die Produkte beraten und informieren können; insbesondere über sämtliche Eigenschaften der Produkte sowie allgemeine Informationen zu den Produkten. Neben dem reinen Produktwissen ist wichtig, dass das Personal auch zu den Themen ökologische Nachhaltigkeit und faire Produktionsbedingungen Auskünfte erteilen kann, da diese Aspekte für viele Endverbraucher mittlerweile die Kaufentscheidung wesentlich beeinflussen. Der Händler verpflichtet sich, hierfür regelmäßig an Schulungen teilzunehmen, um gegenüber dem Endkunden bei allen Rückfragen auskunftsfähig zu sein. Das Personal wird zum einen Markenbotschafter und stellt zum anderen den richtigen „Fit to Customer“ sicher. Das bedeutet, dass sowohl die richtige Größe für den Verbraucher ausgewählt wird als auch das für die jeweilige Nutzungssituation richtige Produkt. Reklamation und etwaige Kundenbeschwerden müssen schnell und effizient bearbeitet werden. Im Falle von Reklamationen soll über das gesetzliche Mängelgewährleistungsrecht hinaus unkompliziert im Sinne des Endkunden eine Lösung gefunden werden, welche das Produktimage von mey schützt und dessen Qualitätsversprechen nicht beschädigt.
6. Aus den Werbetexten des Händlers muss immer deutlich erkennbar sein, dass die Werbung vom Händler stammt. Ein Händler darf zum Beispiel in seinen Werbetexten nicht behaupten, dass er ein „offizieller mey Shop“ oder „offizieller mey Online Shop“ sei.

B. Ergänzende qualitative Kriterien für den Vertrieb über das Internet

1. Grundvoraussetzungen

1.1 Berechtigung zum Online-Vertrieb

Der Händler darf die Vertragsprodukte im Internet und insbesondere über einen eigenen Online-Shop bewerben und verkaufen. Dem Händler ist bekannt, dass die Qualität und der besondere Charakter der mey-Produkte, deren Werthaltigkeit und der Umstand, dass die mey-Produkte Träger des Markenimages von mey sind, besondere qualitative Anforderungen an die Präsentation der mey-Produkte stellen. Der Vertrieb über das Internet ist daher nur dann zulässig, soweit der Händler die folgenden ergänzenden qualitativen Kriterien für den Vertrieb über das Internet erfüllt.

1.2 Gesetzliche Vorgaben

Als Grundvoraussetzung für den Verkauf von mey-Produkten über das Internet müssen alle internetspezifischen gesetzlichen Vorgaben zum Verbraucherschutz hinsichtlich der Kriterien Identität und Erreichbarkeit inkl. Impressum, AGB, Datenschutz und Sicherheit, Widerruf, Produkte und Kosten, Lieferung und Zahlung, Bestellprozess, Retouren- und Reklamationsabwicklung eingehalten werden.

1.3 Erkennbarkeit & Verständlichkeit für den Verbraucher

Die Einhaltung der folgenden Kriterien durch den Händler muss für den Endverbraucher klar erkennbar und leicht verständlich sein. Idealerweise wird dem Endverbraucher über ein branchenübliches und gültiges Zertifikat, wie z.B. das „Trusted Shop“-Siegel, eine sichere Bestellabwicklung sowie eine Fälschungssicherheit kommuniziert und gewährleistet. Zudem muss sich der Online-Auftritt des Händlers klar von dem mey.com Markenshop abgrenzen um eine Verwechslung auszuschließen. Für den Verbraucher muss es eindeutig sein, dass er im Onlineshop des Händlers ist. Es ist dem Händler untersagt, URLs oder Zusätzen einer URL zu verwenden, welche die Marke mey im Image schädigt oder zu Verwechslungen mit der Domain mey.com führen könnten z.B. „mey-outlet“, mey-store, mey-Outlet-Ware-günstiger etc. Ebenso ist es nicht zulässig, innerhalb einer Webseite auf eine Domain mit den genannten Kriterien zu verlinken. Zulässig wäre eine Händlerdomain + mey, z.B. www.beispiel.de/mey

1.4 Identität & Vermittlungsgeschäfte

Für den Endkunden muss klar erkennbar sein, mit welchem Unternehmen ein Kaufvertrag zustande kommt.

Dem Händler ist es untersagt, Aufträge an Dritte weiterzugeben, welche die in diesen qualitativen Kriterien kommunizierten Anforderungen nicht erfüllen.

Dem Händler ist es zudem untersagt, Aufträge im Namen oder auf Rechnung nicht zugelassener oder offizieller Händler auszuführen. Zur Klarstellung gilt dies unabhängig von den rechtlichen Vertragsverhältnissen mit dem Kunden stets, wenn dem Kunden der Eindruck vermittelt würde,

er kaufe die mey-Produkte von keinem offiziellen Händler. Ferner ist es den Händlern untersagt, Angebote auf Abschluss eines Kaufvertrages anzunehmen, die von keinen offiziellen Händlern vermittelt werden. Dies gilt auch dann, wenn der nicht zugelassene Händler den Kunden ausdrücklich darauf hinweist, dass der Kaufvertrag mit dem zugelassenen Händler zustande kommt.

Das allgemeine Verbot, an nicht autorisierte Händler zu verkaufen oder zu liefern (siehe oben), gilt insbesondere auch hinsichtlich nicht zugelassener und autorisierter Händler, die auf oder über Drittplattformen im Internet als Händler tätig sind: <https://www.mey.com/de/zulaessige-drittplattformen>

1.5 Erreichbarkeit & Beratung

Für den Endkunden muss die Möglichkeit bestehen über eine telefonische Service-Hotline oder einen vergleichbaren Kommunikationskanal (E-Mail o.ä.) eine Unterstützung in der Beratung oder zum Bestellprozess/ Retourenansprüche etc. wahrnehmen zu können. Die Möglichkeit der Kontaktaufnahme muss auch dann gewährleistet sein, wenn der Online-Shop offline ist oder sich im Wartungsmodus befindet. Rückfragen zu Bestellungen müssen schnellstmöglich, jedoch allerspätestens nach 24 Stunden am nächsten Werktag beantwortet werden.

1.6 Markendarstellung & Segmentdarstellung

Die digitale Markendarstellung soll mit einer entsprechend hohen Auflösung der Produktbilder dargestellt sein. Um eine gute „Usability“ zu gewährleisten, sollte eine einfache und übersichtliche Navigationsmöglichkeit gesondert nach Marken und Produktkategorien gegeben sein. Die mey-Produkte sollen möglichst in einem eigenen Markenbereich präsentiert werden. Der Markenbereich soll dazu dienen, die verschiedenen Segmente von mey erklär- und erlebbar zu machen. Möglichst umfassende Filterkriterien sollen dem Nutzer ermöglichen, das gewünschte Produkt ohne aufwändige Suche aufzufinden. Um ein besseres Einkaufserlebnis zu gewähren, sind Cross-Selling Features im besten Falle anzuwenden.

1.7 Produktdarstellung/ Beschreibende Produktausstattung

Der Händler wird den Kunden detaillierte Produktbeschreibungen zur Verfügung stellen, um über die Produkte von mey und die Marke „mey“ zu vermitteln. In den Produktbeschreibungen wird der Händler die Materialbeschaffenheit, Details und die Eigenschaften des betreffenden Produktes präzise und unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften beschreiben. Auf jeder Produktdetailseite müssen als Mindestvoraussetzung die technischen Stammdaten zu jedem Produkt abgebildet werden. Zu diesen Informationen zählen die Größe mit der entsprechenden notwendigen internationalen Übersetzung, die Materialzusammensetzung laut den aktuellsten Vorgaben des Textilpflegekennzeichnungsgesetz, die Pflegehinweise sowie eine Beschreibung der Produkte, welche die jeweiligen Produktvorteile anschaulich kommuniziert. Die passenden Produktbeschreibungen und Bullet Points für die Produktausstattung sind über mey zu erhalten und werden zu jeder Saison zur Verfügung gestellt und können 1:1 eingesetzt werden. Die Artikelbeschreibung, kann angelehnt an den Produkt Features, selbst erstellt werden.

1.8 Bildmaterial (Produktbilder & Imagebilder)

Der Händler verpflichtet sich, bei der Bewerbung und dem Verkauf der Produkte ausschließlich von mey zur Verfügung gestellte und freigegebene Logos und Schriftzüge zu verwenden. Als Produktbilder wird der Händler nur von mey zur Verfügung gestellte oder selbst erstellte professionelle Bilder z.B. in Bezug auf die richtige Belichtungsstärke, das Styling, die Farbehtheit und die digitale Bearbeitung verwenden. Für jedes Produkt müssen verschiedene Produktansichten und mindestens ein hochauflösendes Produktbild eingestellt werden. Jede Produktabbildung muss aktuell sein und jedes Produkt in der richtigen Farbe zeigen. Nicht von mey zur Verfügung gestelltes Bildmaterial muss dem bereitgestellten gleichwertig sein. Der Händler ist verpflichtet, stets nur Bildmaterial zu verwenden, für welches gültige Bildrechte vorliegen und im vorgegebenen Nutzungszeitraum ausschließlich eingesetzt werden dürfen. Der Händler verpflichtet sich nach Ablauf des Nutzungszeitraums, sein Bildmaterial zu aktualisieren und abgelaufenes Bildmaterial von sämtlichen Touchpoints herunterzunehmen. Dazu zählt auch das Löschen von mey-Bild- und Videomaterial aus allen Kanälen von Social Media sowie von sämtlichen Homepages. Siehe zzgl. Anlage 1 (Nutzungsbedingungen B2B online download-Bereich) Der Einsatz von Bildmaterial in Form von werbenden Aktivitäten muss vom mey-Marketing im Vorfeld freigegeben werden.

1.9 Einkaufserlebnis

Die vom Händler verwendete Soft- und Hardware muss in der Lage sein, eine nutzerfreundliche „Customer Journey“ zu ermöglichen. Dazu zählt eine optimale Ladezeit mit den Mindestvoraussetzungen unter 3G (mobil). Somit muss eine Darstellung sowohl auf mobilen Devices (mobile Commerce), als auch auf Desktops gegeben sein.

1.10 Service-Level

Zur Sicherstellung und Dokumentation eines bestimmten Mindestservice-Level hat der Händler bei einem Vertrieb über einen eigenen Online-Shop ein Kundenbewertungssystem anzubieten und bei Vertrieb über eine Drittplattform ein auf dieser Drittplattform angebotenes Kundenbewertungssystem zu nutzen. Der Händler muss im eigenen Online-Shop oder auf der jeweiligen Drittplattform, auf der er mey-Produkte verkaufen möchte, jederzeit über ein Bewertungsprofil von mindestens 95 % positiver Bewertungen auf Grundlage von mindestens [180] Kundenbewertungen in den vergangenen 12 Monaten verfügen. Verfügt der Händler über eine Bewertung von mindestens 95 % positiven Bewertungen, die auf mindestens 120 Kundenbewertungen in den vergangenen 12 Monaten beruht, so darf er mey-Produkte über den Online-Shop oder die Drittplattform verkaufen. Erfüllt er diese Kriterien nicht, muss er innerhalb von 6 Monaten ab Verkaufsbeginn ein Bewertungsprofil gemäß dem vorstehenden Satz nachweisen. Das genannte Bewertungsprofil muss nicht allein mit Verkäufen von mey-Produkten erlangt werden.

1.11 Bestellprozess & Lieferung

Der Händler wird nach Eingang der Bestellung unverzüglich entscheiden, ob er das Kaufangebot annimmt und den Kunden über die Annahme oder Ablehnung des Kaufangebotes unverzüglich informieren. Der Händler wird bei Annahme des Kaufes durch den Endverbraucher eine rasche Bearbeitung der Bestellung gewährleisten, sowie die voraussichtliche Versanddauer dem Endverbraucher mitteilen. Die Sendung sollte innerhalb Deutschlands spätestens nach 3 Werktagen beim Endverbraucher zugestellt sein. Um diese Vorgaben zu erfüllen, muss der Händler den überwiegenden Teil seiner, über das Internet angebotenen, Artikel am Lager führen. Im Falle von „Dropshipping“-Geschäftsmodellen erfolgt eine gemeinsame Abstimmung.

1.12 Zahlung & Sicherheit

Der Händler gewährleistet einen sicheren Bestellprozess. Dies umfasst das Vorhalten sicherer Zahlungssysteme und die Verwendung gültiger Sicherheitszertifikate. Die verwendete Shop Software muss stets auf dem aktuellen Stand sein und Sicherheitslücken, die dem Händler bekannt sind oder bekannt sein müssen, müssen zum Schutz des Endverbrauchers umgehend geschlossen werden. Die Preisangaben müssen den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen, eindeutig und leicht verständlich sein; die Versandkosten müssen genau angegeben werden.

1.13 Drittplattformen

Um die Einhaltung der hier festgeschriebenen Kriterien sicherzustellen, hat der Händler die Drittplattformen, über welche er gegebenenfalls Produkte bewirbt oder verkauft, mey zur Prüfung und Genehmigung vorzulegen. mey erteilt die Genehmigung, sofern und sobald die Drittplattformen und die auf der Drittplattform erzielte Händlerleistung den hier festgeschriebenen Kriterien entsprechen.

Bezüglich der idealen Markendarstellung auf Drittplattformen ist, soweit für die Plattform verfügbar, stets das Listing der Mey Handels GmbH maßgeblich. Artikel-Listings, welche vom offiziellen mey Produktkatalog abweichen, und für welche zur Artikelanlage markenfremde EAN-Codes benötigt werden, müssen stets von mey vor Veröffentlichung freigegeben werden. Der Vertrieb der Produkte der Marke mey ist aufgrund von Imageschutzgründen ausschließlich über folgende Drittplattformen möglich, welche die in den hier aufgeführten Kriterien definierten Qualitätsanforderungen erfüllen: Zalando, AboutYou, Douglas, Engelhorn, Amazon.

Aufgrund des erforderlichen Imageschutzes der Marke mey ist der Vertrieb der mey-Produkte über geschlossene Handelsplattformen ausgeschlossen.

C. mey Connected Retail

Ausgewählten mey Händlern, welche die hier festgeschriebenen Kriterien nicht erfüllen können, bietet mey ein Programm zur Teilnahme am Verkauf auf Drittplattformen sowie im Online-Shop mey.com an. Ein solcher Vertrieb entspricht automatisch den hier festgeschriebenen Kriterien. Hierbei werden Aufträge, welche in den Online-Verkaufskanälen von mey entstehen den regional zum Endkunden am nächsten liegenden Händler auf einer Auftragsbörse zur Verfügung

gestellt. Die Teilnahmebedingungen dieses Programms werden separat vertraglich geregelt und sind nicht Teil der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.