BDD

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

Vertrauen verbindet

Vorteile der Mitgliedschaft

im Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD)

Inhalt

	Grußwort	3
1.	Der BDD – gemeinsam stark!	5
2.	Vertrauen durch das BDD-Logo	7
3.	Sprachrohr des Direktvertriebs in Berlin und Brüssel	9
4.	Erfolg durch Erfahrungsaustausch	11
5.	Wissensvorsprung in rechtlichen Fragen	15
6.	Ständig aktuelles Branchenwissen	17
7.	Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	19
8.	Starke Kooperationspartner	22
9.	Mitgliedschaft im BDD	23
10.	Das Aufnahmeverfahren	25
	Meilensteine der Interessenvertretung durch den BDD	27

Grußwort

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren,

immer mehr Unternehmen entscheiden sich für den Direktvertrieb – entweder als alleinigen oder ergänzenden Vertriebsweg im Rahmen von Multi-Channel-Konzepten. Und das hat gute Gründe: Beim Direktvertrieb steht die persönliche Beratung der Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Das dadurch geschaffene, besondere Vertrauensverhältnis ist die Basis für Kundentreue und den Aufbau nachhaltiger Geschäftsbeziehungen. Hieraus erwachsen Vorteile für Kunden und Unternehmen – eine klassische Win-win-Situation.

Wir leben in einer Zeit ständigen gesellschaftlichen Wandels. Veränderungen der Berufs- und Arbeitswelt, wie die Entwicklung zum Hinzuverdienst oder die Verbindung von Familie und Beruf, beinhalten neue Herausforderungen und Chancen. Genau das ermöglicht eine Tätigkeit im Direktvertrieb.

Der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD) bietet seit über fünf Jahrzehnten der Branche seine Dienstleistungen an. Unter unserem Dach sind die namhaftesten Unternehmen der Direktvertriebsbranche vereint, die in unterschiedlichen Produktsegmenten tätig sind.

Die Vorteile einer Mitgliedschaft in unserem Verband liegen auf der Hand: Gemeinsame Interessenvertretung gegenüber Medien und Politik, ständiger Informationsaustausch, die Vernetzung und die Nutzung von Synergien sowie das koordinierte Lobbying sind nur einige unter einer Vielzahl von Argumenten. Damit sich auch junge Unternehmen von unserem Angebot und unseren breit aufgestellten Leistungen für die Branche überzeugen können, haben wir die Möglichkeit einer Probemitgliedschaft geschaffen. Profitieren Sie von unseren Serviceangeboten, unseren Dienstleistungen, Kontakten und anderen Vorteilen einer Mitgliedschaft, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen möchten.

Eine interessante Lektüre und spannende Einblicke in unsere Tätigkeit wünscht Ihnen

Ihr
Jochen Clausnitzer
BDD-Geschäftsführer

1. Der BDD – gemeinsam stark!

Der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. wurde im Jahr 1967 in Frankfurt am Main gegründet – damals als Arbeitskreis „Gut beraten – zu Hause gekauft". Ziel war es, die Öffentlichkeit, insbesondere Kunden und Vertriebspartner sowie Vertreter von Politik und Medien, über den Direktvertrieb aufzuklären und umfassend zu informieren.

Neben dieser zentralen Aufgabe widmet sich der Verband heute einer ganzen Reihe von immer vielschichtiger werdenden Themen des Direktvertriebs.

Der wichtigste Zweck des Verbandes ist die Förderung der Belange seiner Mitglieder. Dazu bündelt der BDD die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen wirksam und effizient durch einen kontinuierlichen Informations- und Erfahrungsaustausch sowie durch die gemeinsame Arbeit in Gremien.

Auf diese Weise ist der BDD in der Lage, gemeinsame Stellungnahmen und Positionspapiere zu erarbeiten. Diese werden mit hoher Aufmerksamkeit und Durchschlagskraft an die allgemeine Öffentlichkeit, vor allem aber an Medienvertreter und politische Entscheidungsträger auf nationaler und internationaler Ebene, adressiert.

Der BDD versteht sich dabei als Hüter des seriösen Direktvertriebs. Unser Ziel ist es, lauteren und fairen Wettbewerb sowie kundenfreundliche Allgemeine Geschäftsbedingungen in ganz Deutschland zu etablieren. Starke Kooperationen unterstützen den Verband bei seiner Arbeit. Überzeugen Sie sich selbst!

2. Vertrauen durch das BDD-Logo

Wer als Direktvertriebsunternehmen an einem so sensiblen Ort wie der Wohnung eines Kunden beraten und Produkte anbieten möchte, ist in ganz besonderem Maße auf das Verbrauchervertrauen angewiesen. Der Gewinn dieses Vertrauens und damit der nachhaltige Erfolg der Branche hängen entscheidend davon ab, inwiefern sich die einzelnen Direktvertriebsunternehmen an die ethischen Standards gebunden fühlen. Der BDD hat deshalb bereits im Jahr 1980 mit den „Verhaltensstandards des Direktvertriebs" nachhaltige Wettbewerbsregeln entwickelt. Durch Einhaltung dieser verpflichten sich die BDD-Mitgliedsunternehmen freiwillig zu einem fairen Umgang mit Kundinnen und Kunden.

Die Verhaltensstandards stehen für Transparenz und Verlässlichkeit. Lange bevor der Gesetzgeber das Thema Verbraucherschutz im Direktvertrieb für sich erkannte, gewährten bereits die BDD-Mitgliedsunternehmen beispielsweise freiwillig ein Widerrufsrecht.

Darüber hinaus regeln die Verhaltensstandards das Verhalten von Direktvertriebsunternehmen gegenüber ihren Außendienstmitarbeitern sowie den Umgang mit Wettbewerbern. Ein zentraler Bestandteil dieser branchenspezifischen Verhaltenskodizes ist das Rückgaberecht einwandfreier Ware im Falle des Ausscheidens eines Vertriebspartners.

Die Einhaltung der Verhaltensstandards wird durch die unabhängige BDD-Kontrollkommission unter Einbindung der Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und der Verbraucherzentralen kontinuierlich überwacht.

Als erkennbares Zeichen dieser Selbstverpflichtung und der Einhaltung der Verhaltensstandards verwenden die BDD-Mitgliedsunternehmen das bewährte Logo des Bundesverbandes. Mit diesem geben Sie Ihren Kundinnen und Kunden ein Gefühl der Sicherheit beim Einkauf und schaffen Vertrauen in Ihren Geschäftsbeziehungen.

Durch die Verwendung des Logos grenzen sich die Mitgliedsunternehmen des BDD zudem deutlich von „schwarzen Schafen" der Direktvertriebsbranche ab und werben gleichzeitig für ein seriöses, faires Miteinander.

Nutzen Sie den strategischen Wettbewerbsvorteil, den Ihnen das BDD-Logo garantiert, und tragen auch Sie zu einem nachhaltig positiven Image der Direktvertriebsbranche bei!

3. Sprachrohr des Direktvertriebs in Berlin und Brüssel

Eine der wichtigsten Aufgaben des BDD besteht darin, die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen gegenüber den politischen Entscheidungsträgern auf nationaler und europäischer Ebene zu vertreten.

Der Bundesverband Direktvertrieb bietet Ihnen bewährtes Know-how und langjährige Erfahrungen bei der Interessenvertretung. Darüber hinaus nutzen wir ein verlässliches Netzwerk und Kontakte zu den für den Direktvertrieb relevanten politischen Entscheidungsträgern.

Durch die kontinuierliche Lobbyarbeit verschaffen wir der Direktvertriebsbranche und damit jedem einzelnen Mitgliedsunternehmen Gehör bei politischen Parteien, Institutionen sowie Behörden und sorgen so für die Durchsetzung unserer wirtschafts- und rechtspolitischen Interessen.

Dies geschieht sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Als Mitglied der europäischen Dachorganisation des Direktvertriebs, der Direct Selling Europe (DSE) in Brüssel, an deren Gründung der BDD im Jahre 2007 maßgeblich beteiligt war, verfügt der BDD über wichtige, zusätzliche Einflussmöglichkeiten. Die Vernetzung auf europäischer Ebene ist auch deshalb so bedeutsam, weil gesetzgeberische Vorhaben immer häufiger dort entschieden werden.

Zudem ist der BDD Mitglied im Weltverband der Direktvertriebsunternehmen, der World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA). Hier setzen wir uns für weltweit geltende hohe Schutzstandards ein, um so den Ruf der Direktvertriebsbranche über die nationalen Grenzen hinaus zu verbessern.

Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit pflegen wir mit Organisationen und Verbänden, die ähnliche Interessen und Ziele verfolgen. Hierzu gehören insbesondere der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Deutsche Franchiseverband e. V. (DFV), der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), der Verband der privaten Bausparkassen e. V. (VdPB) sowie die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb e. V. (CDH).

Um die Branche zu schützen – beispielsweise vor Überregulierung – und die politischen Rahmenbedingungen proaktiv direktvertriebsfördernd mitzugestalten, bedarf es eines starken Akteurs und kompetenten Partners mit branchenspezifischem Know-how. Dafür steht der BDD!

4. Erfolg durch Erfahrungsaustausch

Ausschüsse und Arbeitsgruppen

Unsere Ausschüsse und Arbeitsgruppen ermöglichen Ihnen einen kontinuierlichen Wissens- und Erfahrungsaustausch. Unsere Mitgliedsunternehmen teilen untereinander Best-Practice-Beispiele, die entscheidende Vorteile für Ihr Unternehmen bieten. Durch das Engagement der Mitgliedsunternehmen in unseren Gremien können Sie zudem die Lobbyarbeit des Verbandes proaktiv mitgestalten. Auf diese Weise kann unsere Branche die gemeinsamen Interessen effektiver vertreten und politisch durchsetzen.

In den Gremien werden Lösungsansätze entwickelt und Handlungsempfehlungen für die tägliche Praxis, aber auch strategische, unternehmerische Entscheidungshilfen gegeben. Die BDD-Mitglieder erhalten exklusive Informationen über aktuelle politische Vorhaben. So können Sie gezielt und mit einer starken Stimme über den Bundesverband die Gesetzgebungsprozesse auf nationaler und europäischer Ebene beeinflussen und Rahmenbedingungen effektiv mitgestalten.

Durch die Vernetzung über die Gremien gewinnt nicht zuletzt auch der BDD wichtige Erkenntnisse, die bei der Einflussnahme auf politische Entscheidungen von elementarer Bedeutung sind.

Die Arbeit in den halbjährlich stattfindenden Ausschüssen und Arbeitsgruppen lebt vom Erfahrungsaustausch und den wechselseitigen Impulsen zwischen dem Bundesverband und seinen Mitgliedsunternehmen. Bringen Sie Ihre Standpunkte und Meinungen mit ein und profitieren Sie von den Erfahrungen anderer Mitgliedsunternehmen.

Im Jahr 2020 erhielt diese Fortbildung ein Upgrade.
Seit Mai kann die Weiterbildung online dezentral in Zusammenarbeit mit der Studiengemeinschaft Darmstadt und der IHK Darmstadt durchgeführt werden.

Arbeitsgruppe Vertriebspartnergewinnung und Weiterbildung

Der Direktvertrieb hängt in besonderer Weise von der Qualität seines Außendienstes ab. Schulungen, Vergütungs- und andere Anreizsysteme spielen dabei eine bedeutende Rolle. Der Schwerpunkt der Arbeit in der Arbeitsgruppe Vertriebspartnergewinnung und Weiterbildung liegt bei den Themen der Mitarbeiterbindung und -gewinnung sowie der Motivation und Weiterbildung von Führungskräften. So hat diese Arbeitsgruppe im Jahr 2003 gemeinsam mit der DIHK den Zertifikatslehrgang „Berater/in im Direktvertrieb" entwickelt und in der Praxis etabliert.

Arbeitsgruppe Zukunft des Direktvertriebs

Die 2012 gegründete Arbeitsgruppe Zukunft des Direktvertriebs beschäftigt sich über das unternehmerische Tagesgeschäft hinaus mit strategischen Zukunftsfragen des Direktvertriebs und richtet sich vor allem an die Geschäftsführer und Vorstände der Mitgliedsunternehmen. Hier fließen auch die Ergebnisse der anderen Arbeitsgruppen und Ausschüsse mit ein. Die Arbeitsgruppe versteht sich als wichtiger Impulsgeber für mittel- und langfristige strategische Planungen und unternehmerische Entscheidungen.

AG MICE (Meetings, Incentives, Conventions & Events)

Veranstaltungen spielen im Direktvertrieb eine sehr große Rolle. Somit besitzen unsere Mitgliedsunternehmen ein umfangreiches Know-how, das sie in der Arbeitsgruppe teilen. Damit profitieren alle vom Austausch über Herausforderungen und Lösungsansätze, technische Hilfsmittel (z. B. Apps), Teilnehmermanagement, Veranstaltungsformate, rote Fäden und Dramaturgie, Speaker und andere Dienstleister, geeignete Locations sowie über die gewissen „Wow"–Faktoren.

PR-Ausschuss

Im PR-Ausschuss entwickeln die Kommunikationsexperten der BDD-Mitgliedsunternehmen gemeinsam mit dem Bundesverband Projekte und Maßnahmen für eine erfolgreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Branche. Der Ausschuss dient dabei vor allem der Koordination, Beratung sowie Entwicklung interner und externer Kommunikationsstrategien.

Arbeitsgruppe IT und Internet

Durch Internet-, App- und Softwarelösungen (E-Mobility) können die Vertriebstätigkeit und die Kundenansprache erheblich verbessert sowie Service- und Einsparpotentiale realisiert werden. Customer-Relationship-Software (CRM) sowie Multi-Channel-Strategien bieten den Unternehmen die Möglichkeit, sich noch besser auf die Kundenwünsche einzustellen. Diese Themen sowie Technik-Trends und E-Learning werden in der Arbeitsgruppe Informationstechnologien und Internet behandelt. Von dem Engagement in den Gremien profitieren alle Beteiligten in hohem Maße.

Rechtsausschuss

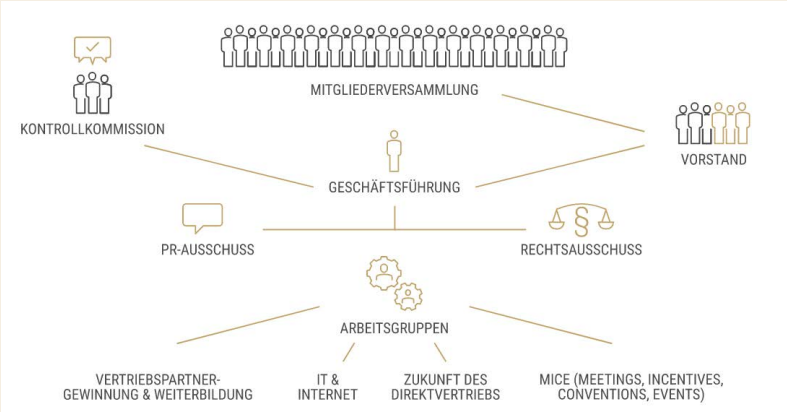
Im Rechtsausschuss werden Lösungen für die unternehmerische Praxis, insbesondere vor dem Hintergrund einer immer komplexer werdenden EU-Gesetzgebung, erarbeitet. Als Mitglied im BDD erhalten Sie Antworten auf alle juristischen Fragen des Direktvertriebs. Der BDD unterstützt Ihr Unternehmen bei wichtigen Entscheidungen und zeigt auf, wie man sich besser vor Abmahnungen durch Wettbewerber sowie kostenintensiven Rechtsstreitigkeiten schützen kann. Der Austausch und die juristische Beratung stehen hier im Mittelpunkt.

Mitgliederversammlung / Direktvertriebskongress

Die wichtigste und größte Veranstaltung des BDD ist die jährlich stattfindende Mitgliederversammlung. Sie dient ebenfalls zu einem erheblichen Teil dem Austausch von Erfahrungen und trägt zur Vernetzung der Branche bei. Inzwischen hat sich diese Veranstaltung in der Branche als Direktvertriebskongress etabliert, an welchem über zwei Tage, bei einem interessanten Rahmenprogramm mit Vorträgen, Workshops und geselligem Beisammensein, effizient und gezielt das Networking aller Akteure der Branche gefördert wird.

Aus diesem Grund werden zu diesem Branchenevent auch Gäste und interessierte, potentielle Mitgliedsunternehmen eingeladen, die hier die Gelegenheit erhalten, die Mitgliedsunternehmen und das Team des BDD sowie dessen Arbeit kennenzulernen. Geladene Sponsoren und Kooperationspartner erweitern den Kreis und schaffen beste Voraussetzungen für den Austausch von Informationen und Synergien.

BDD-Organigramm



5. Wissensvorsprung in rechtlichen Fragen

Der BDD ist Ihr kompetenter Ansprechpartner für alle juristischen Fragen, die den Direktvertrieb betreffen. Im Aufnahmeverfahren überprüfen die renommierten Mitglieder der BDD-Kontrollkommission und die Juristen der BDD-Geschäftsstelle Ihre Vertragsunterlagen. Auf diese Weise unterstützt der BDD Ihr Unternehmen, wichtige strategische Entscheidungen zu treffen.

Im regelmäßig erscheinenden Lobbynewsletter informiert der BDD seine Mitglieder kontinuierlich über gesetzliche Änderungen und aktuelle, den Direktvertrieb betreffende, Entscheidungen der Gerichte.

Für die unternehmerische Praxis werden von den Rechtsexperten aus den Mitgliedsunternehmen im Rechtsausschuss des Verbandes gemeinsam Lösungen erarbeitet. Ein intensiver Austausch findet vor allem zu der immer komplexer werdenden europäischen und nationalen Gesetzgebung statt. Hier gibt der BDD konkrete Handlungsempfehlungen für seine Mitglieder.

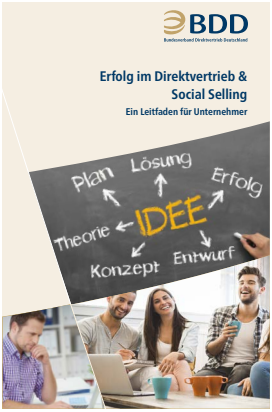
BDD-Schlichtungsverfahren

Die Kundenzufriedenheit liegt den im BDD organisierten Unternehmen besonders am Herzen. Der BDD bietet seinen Mitgliedern deshalb in Kooperation mit der Universalschlichtungsstelle des Bundes beim Zentrum für Schlichtung e. V. die Teilnahme an einem Schlichtungsverfahren an. Mit diesem haben die Mitgliedsunternehmen des BDD exklusiv die Möglichkeit, Unstimmigkeiten mit Kundinnen und Kunden in einem außergerichtlichen Schlichtungsverfahren schnell, unbürokratisch und kostengünstig zu klären und Gerichtsverfahren abzuwenden.

Rechtliche Publikationen des BDD

Durch seine rechtlichen Publikationen informiert der BDD seine Mitglieder über wichtige Gesetzgebungen. Aktuelle rechtliche Publikationen, an denen der BDD mitgewirkt hat:

- Das neue Verbrauchervertragsrecht – Leitfaden für die Beratungspraxis, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2014
- Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie – Informationspflichten und Widerrufsrecht im Direktvertrieb, Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2014, S. 3
- Die EU-Verbraucherrechterichtlinie – Praxisfragen und Antworten der Leitlinien der Europäischen Kommission (Teil 1), Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2014, S. 343
- Die EU-Verbraucherrechterichtlinie – Praxisfragen und Antworten der Leitlinien der Europäischen Kommission (Teil 2), Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2015, S. 3
- BDD-Existenzgründerleitfaden: Erfolg im Direktvertrieb & Social Selling – Ein Leitfaden für Unternehmer



- Jährlich aktualisierte Mustermerkblätter zur sozialen Sicherung und zu sonstigen rechtlichen Rahmenbedingungen von Selbständigen.

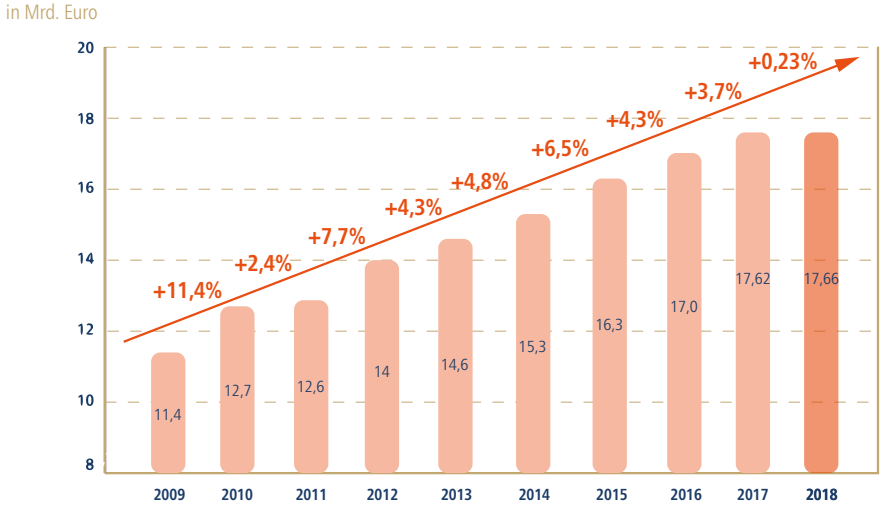
6. Ständig aktuelles Branchenwissen

Der BDD ist das Kompetenz- und Wissenszentrum für aktuelle Informationen zur Branchenentwicklung in Deutschland. So wird im Auftrag unseres Verbandes im Rahmen einer seit dem Jahr 2012 bestehenden Forschungskooperation einmal jährlich eine Marktstudie von der Universität Mannheim erstellt. Dafür werden deutsche Direktvertriebsunternehmen befragt. Die Einschätzungen der Direktvertriebsunternehmen sowie die daraus ermittelten Prognosen, Trends und strategischen Implikationen der Universität Mannheim machen das Potential der Branche deutlich. So erhalten die Verantwortlichen in den Unternehmen u. a. wichtige Informationen über Wachstumstreiber und Herausforderungen der Branche.

Die Ergebnisse dieser Befragung werden in der jährlich erscheinenden Marktstudie „Situation der Direktvertriebsbranche in Deutschland" veröffentlicht. Durch die Verwendung der Studienerkenntnisse in diversen Publikationen wird insbesondere die PR-Arbeit zu Gunsten der Direktvertriebsbranche unterstützt. Nicht zuletzt wird dadurch auch die wirtschaftspolitische Bedeutung der Direktvertriebsunternehmen in Deutschland anschaulich belegt. Die unabhängig erhobenen Forschungsergebnisse werden den Medien, der Politik und anderen wichtigen Adressaten zur Verfügung gestellt.

UNIVERSITÄT
MANNHEIM

Umsätze im Direktvertrieb seit 2009



Starthilfe für Gründer

Seit 2013 veranstaltet der BDD einmal jährlich ein Seminar zum Themenkomplex „Einstieg in den Direktvertrieb und Social Selling". Themenschwerpunkte sind u. a. die Steuerung von Vertriebspartnern, der Aufbau von IT-Lösungen sowie rechtliche Aspekte beim Einstieg in den Direktvertrieb. Das Seminar richtet sich explizit auch an Unternehmen, die sich zusätzlich den Direktvertriebsweg erschließen möchten. Damit schafft der BDD eine weitere Plattform, um den Verband und seine Mitgliedsunternehmen stärker bekannt zu machen sowie Erfahrungen und Wissen auszutauschen.

7. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Der BDD ist das Sprachrohr der Direktvertriebsbranche in Deutschland. Sowohl die Anliegen unserer Mitgliedsunternehmen als auch die Vorteile des Direktvertriebs sowie die wirtschaftliche Bedeutung der Branche werden von uns in die Öffentlichkeit transportiert.

Hierzu nutzt der BDD externe Kommunikationsmittel wie beispielsweise die Internetseite des Verbandes *www.direktvertrieb.de*, aber auch Online- und Offline-Publikationen. Regelmäßig veröffentlicht der BDD Artikel in Fachzeitschriften und versendet Pressemitteilungen an Medien und interessierte Akteure. Ebenso führen wir Gespräche mit Journalisten und Pressevertretern, um so die positive Wahrnehmung sowie das Image des Direktvertriebs und seiner Unternehmen nachhaltig zu stärken.

Großen Wert legt der BDD auch auf die interne Verbandskommunikation. In den regelmäßig erscheinenden Newslettern, mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten, halten wir die Mitgliedsunternehmen auf dem Laufenden. Sie partizipieren auf diese Weise an aktuellen Entwicklungen und erhalten einen unternehmerischen Wissensvorsprung, zum Beispiel bei einer notwendigen Anpassung an neue rechtliche Vorgaben. Zudem dient der PR-Ausschuss des Verbandes als Kommunikationsplattform. Er unterstützt den Austausch und die starke Vernetzung zwischen dem Verband und seinen Mitgliedsunternehmen, um gemeinsame Projekte koordinieren und effizient durchführen zu können.

Frankfurter Allgemeine FAZ.NET | Handelsblatt DIE ZEIT

Wissenschaftsaward

Der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. zeichnet jährlich wirtschaftswissenschaftliche oder juristische Arbeiten, die sich mit Fragen des Direktvertriebs befassen, mit dem Wissenschaftsaward aus. Mit dem Wissenschaftsaward sollen Forschungstätigkeiten zum Thema Direktvertrieb an deutschen Hochschulen unterstützt werden. Als Branchenverband möchte der BDD Wissenschaftler und Studierende der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften ermutigen, sich noch intensiver mit dem Direktvertrieb zu beschäftigen. Prämiert werden hierbei die beste Doktorarbeit oder ein herausragender Fachaufsatz in einer wissenschaftlichen Zeitschrift im Bereich Wirtschaftswissenschaften oder Rechtswissenschaften sowie Master- bzw. Diplomarbeiten und Bachelorarbeiten, die sich mit wirtschaftswissenschaftlichen Fragen des Direktvertriebs / Social Sellings befassen.

Aktion Bäume Durch Direktvertrieb

Zum Tag des Baumes sammelt der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD) mit seinen Mitgliedsunternehmen und Kooperationspartnern Bäume und übergibt sie symbolisch an Plant-for-the-Planet und andere Organisationen um einen wirksamen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Den Auftakt fand diese Aktion im Oktober 2019, zu welcher die Mitgliedsunternehmen und Kooperationspartner des BDD im Rahmen des Direktvertriebskongresses aufgerufen wurden. Schon dort wurden 56.000 Bäume gespendet. Am 25. April 2020 konnten insgesamt 100.703 Bäume übergeben werden. Die Sammelaktion wird stetig weiter verfolgt, so dass die Vision eines „BDD-Waldes" Wirklichkeit werden kann.

„Mit dieser Aktion wollen wir als Branche ein Zeichen für gelebte Verantwortung im Bereich Nachhaltigkeit setzen", kommentiert Jochen Clausnitzer, BDD-Geschäftsführer.

Monat des Direktvertriebs

Um medienwirksam auf die Vorteile des Geschäftsmodells Direktvertrieb aufmerksam zu machen, hat der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD) den „Monat des Direktvertriebs" ins Leben gerufen – gefeiert wird jedes Jahr im Mai mit vielen verschiedenen Aktionen. Im Jahr 2019 stand der Monat des Direktvertriebs unter dem besonderen Motto „Gesichter des Direktvertriebs". Die Mitglieder des Verbandes wurden dazu aufgerufen, Bilder von Vertriebspartnern, die für sie aktiv sind, einzureichen und sie den Satz „Direktvertrieb ist für mich…" vervollständigen zu lassen. Ersichtlich wurde diese Aktion täglich auf der Homepage des Verbandes sowie auf dem Twitteraccount.

„Die Gesichter des Direktvertriebs sollen die Vielseitigkeit unserer Branche widerspiegeln und zeigen, was sie ausmacht: die Menschen, die in und für den Direktvertrieb arbeiten", kommentiert Jochen Clausnitzer, BDD-Geschäftsführer, die Aktion. „Wir möchten zeigen, dass im Direktvertrieb jeder mit Spaß an der Kommunikation mit anderen Menschen seine Chance ergreifen kann. Die Zitate machen deutlich, dass die Vertriebspartner im Direktvertrieb neben der Verdienstmöglichkeit vor allem die Flexibilität und Freiheit bei der Zeiteinteilung schätzen."

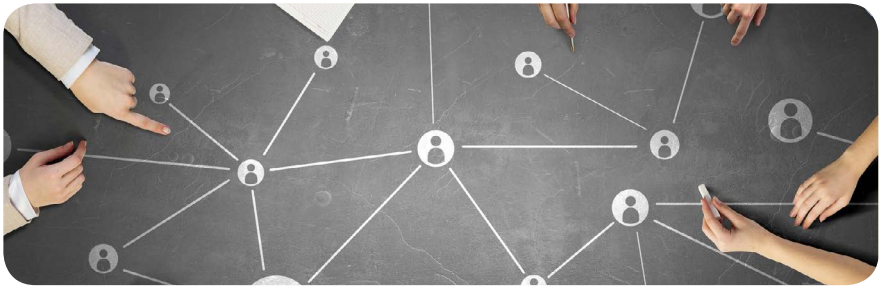
Um auch mit möglichst vielen Kundinnen und Kunden, die den Direktvertrieb schätzen und von den Produkten der BDD-Mitgliedsunternehmen begeistert sind, zu feiern, veranstaltete der BDD zusätzlich ein Online-Gewinnspiel auf seiner Homepage rund um den 31. Mai. Denn diesen Tag hat der BDD anlässlich seiner Gründung zum „Tag des Direktvertriebs" ausgerufen, welcher jährlich gebührend feierlich begangen werden soll.

8. Starke Kooperationspartner

Im Jahr 2013 hat der BDD das Kooperationspartnerprogramm eingeführt. Aufgenommen werden Dienstleister, die bereits erfolgreich mit einem BDD-Mitgliedsunternehmen zusammenarbeiten und von diesem empfohlen werden. Andere erfahren auf diese Weise, welche Dienstleister bereits erfolgreich mit Unternehmen im Direktvertrieb Projekte umgesetzt haben.

BDD
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland
EMPFOHLENER KOOPERATIONSPARTNER

Das Ziel des Kooperationspartnerprogrammes ist es, die Zusammenarbeit des BDD mit externen Partnern zu intensivieren. Die daraus entstehende Win-win-Situation sowohl für die externen Dienstleistungsunternehmen als auch für den Verband und seine Mitgliedsunternehmen trägt dazu bei, die Branche stärker in das allgemeine Bewusstsein zu rücken, Strukturen sowie Partnerschaften zu entwickeln und zu festigen. Die Liste unserer Kooperationspartner finden Sie auf unserer Internetseite unter *www.direktvertrieb.de*.



Mit den nationalen Branchenverbänden u. a. aus den europäischen Ländern Österreich, Schweiz, Italien, Belgien und Frankreich findet ein regelmäßiger Austausch zu aktuellen, insbesondere grenzüberschreitenden Fragen des Direktvertriebs statt. Auf diese Weise kann der BDD seinen Mitgliedsunternehmen auch beim internationalen Markteintritt kompetente Unterstützung anbieten.

9. Mitgliedschaft im BDD

Grundsätzlich können alle Direktvertriebsunternehmen mit Sitz in Deutschland oder mit (Haupt)Sitz in anderen EU- und EFTA-Mitgliedsstaaten und Geschäftstätigkeit in Deutschland eine Mitgliedschaft im BDD erwerben.

„Direktvertrieb ist der Verkauf von Waren und Leistungen an den Verbraucher vornehmlich im Bereich einer Privatwohnung oder am Arbeitsplatz oder an anderen Orten außerhalb ständiger Geschäftsräume nach persönlicher Beratung und Vorführung durch einen Vertriebspartner." *(Quelle: BDD „Verhaltensstandards des Direktvertriebs")*

Definition Direktvertrieb

Bewerber auf eine Mitgliedschaft werden intensiv vom Vorstand des BDD und der unabhängigen Kontrollkommission geprüft. Dabei ist die Einhaltung unserer Verhaltensstandards des Direktvertriebs zwingende Vorrausetzung für eine Mitgliedschaft. Wenn eine Empfehlung zur Aufnahme ausgesprochen wird, entscheiden in letzter Instanz die Mitgliedsunternehmen des Verbandes über einen Beitritt. Sowohl Probemitglieder als auch ordentliche Mitglieder haben das Recht, das BDD-Logo zu verwenden. Sie können an allen Gremiensitzungen teilnehmen und haben Zugang zu sämtlichen Dienstleistungen des Verbandes. Ist das Probemitglied mindestens zwei Jahre im Verband, entscheidet die Mitgliederversammlung über die Aufnahme als ordentliches Mitglied.

Die Mitgliedschaft im Verband kann in zwei Formen erfolgen:

Ordentliche Mitgliedschaft

Sie kann beantragt werden von Unternehmen, die bereits mehr als zwei Jahre im Direktvertrieb in Deutschland tätig sind.

Probemitgliedschaft mit eingeschränkten Stimmrechten

Sie kann von Direktvertriebsunternehmen beantragt werden, die weniger als zwei Jahre im Direktvertrieb in Deutschland aktiv sind.

10. Das Aufnahmeverfahren

Das Aufnahmeverfahren leiten Sie als Direktvertriebsunternehmen durch das Stellen eines Aufnahmeantrages ein. Diesen schickt Ihnen die BDD-Geschäftsstelle gerne zu. Bevor der Vorstand und die Mitgliedsunternehmen über die Aufnahme entscheiden, wird die BDD-Kontrollkommission angehört. Diese überwacht die Einhaltung der Verhaltensstandards des Direktvertriebs.

Dem Aufnahmeantrag müssen mindestens vier Wochen vor der Kontrollkommissionssitzung folgende Unterlagen beigefügt werden:

- Formulare für Verträge mit Endabnehmern bzw. Bestellformulare für Endabnehmer
- Formulare für Verträge mit Vertriebspartnern (aller Funktionen und Stufen)
- Beschreibung des Vertriebssystems
- Anleitungen für Vertriebspartner
- Werbeunterlagen (Kataloge, Broschüren, Prospekte, Preislisten, etc.)
- Werbeanzeigen

Auf der Sitzung der Kontrollkommission haben Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen persönlich vorzustellen und erhalten wertvolle rechtliche Hinweise zu Ihren Vertragsunterlagen. Sobald die Kontrollkommission die Aufnahme ohne Auflagen befürwortet, entscheiden der Vorstand und anschließend die Mitgliedsunternehmen über die Aufnahme. Stimmen drei Viertel der Mitglieder zu, ist Ihr Unternehmen Mitglied des BDD.

Nutzen Sie die Vorteile – werden Sie Mitglied im BDD!

Meilensteine der Interessenvertretung durch den BDD

1967 Gründung des Arbeitskreises „Gut beraten – zu Hause gekauft" mit sieben Gründungsmitgliedern, u. a. Avon, Vorwerk und Tupperware

1980 Einführung der BDD-Verhaltensstandards

1982 Einrichtung der BDD-Kontrollkommission

1986 Imagegewinn durch neues Widerrufsgesetz von Haustürgeschäften

1996 Wettbewerbsvorteile durch neue, deutlich erweiterte BDD-Verhaltensstandards

2000 BDD erkämpft Ausnahmen bei der Rentenversicherungspflicht für selbständige Vertriebspartner.

2003 Etablierung des IHK-Zertifikatslehrgangs „Berater/in im Direktvertrieb"

2003 BDD verhindert ein Verbot von Haustürkreditgeschäften.

2004 Unbestellter Vertreterbesuch bleibt zulässig und gilt nicht als belästigende Werbung.

2005 BDD sorgt für höhere Möglichkeiten des Hinzuverdienstes bei ALGII-Empfängern.

2007 Rechtsstatus selbständiger Außendienstler geklärt, so dass auch Selbständige mit nur einem Auftraggeber echte Selbständige sind

2008 BDD stellt neue Musterbelehrung für den Direktvertrieb zur Verfügung.

2011 Europaweit einheitliche Informationspflichten und Widerrufsrecht im Direktvertrieb

2012 Beginn der Kooperation mit der Universität Mannheim, die die Erstellung jährlicher Marktstudien umfasst

2013 Einrichtung des Schlichtungsverfahrens mit dem Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz, Anpassung der BDD-Verhaltensstandards

2014 Beschränkung der Widerrufsfrist bei fehlerhafter Belehrung

2016 BDD setzt sich erfolgreich dafür ein, dass die Definition des selbständigen Handelsvertreters im Gesetz zur Neuregelung von Werkverträgen und Leiharbeit unberührt bleibt.

2018 Koalitionsvertrag 2018 enthält die BDD-Forderung nach einer Senkung der Krankenkassenbeiträge für geringverdienende Selbständige.

2019 BDD-Forderungen finden Gehör: Die Mindestbeiträge zur Kranken- und Pflegeversicherung für Selbständige werden um mehr als die Hälfte gesenkt.

2020 Neuauflage des IHK-Praxistrainings mit Zertifikat zum „Berater/in im Direktvertrieb" als Online-Lehrgang

Impressum

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.
Bundesallee 221
10719 Berlin

Kontakt
Telefon: +49 30 23 63 56-80
Telefax: +49 30 23 63 56-88
www.direktvertrieb.de
info@direktvertrieb.de

Registergericht und Registernummer: AG Berlin-Charlottenburg VR 201 46

Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, bei
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.
Geschäftsführer und inhaltlich Verantwortlicher im Sinne des RStV: Jochen Clausnitzer
Grafische Gestaltung: Rebecca Ritter
Fotos: Cover AMC und PartyLite, S. 18 oben Amin Akhtar, S. 11 rechts Michael Utech/istockphoto.com, S. 14 Redpear, S. 16 Rawpixel.com/Fotolia.com, S. 18 unten Stefanie Eichler/Universität Mannheim, S. 21 Freepik, S. 22 158071489/Fotolia.com, S. 23 Sergey Nivens/Fotolia.com, weitere Fotos Regina Sablotny
Stand: Juni 2020