



Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

VORTEILE DER MITGLIEDSCHAFT

im Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. (BDD)



INHALT

	Willkommen	4
1.	Der BDD – gemeinsam stark!	6
2.	Vertrauen durch das BDD-Logo	8
3.	Sprachrohr des Direktvertriebs in Berlin und Brüssel	10
4.	Erfolg durch Erfahrungsaustausch	12
5.	Wissensvorsprung in rechtlichen Fragen	18
6.	Ständig aktuelles Branchenwissen	20
7.	Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	22
8.	Themen	23
9.	Meilensteine der Interessenvertretung durch den BDD	26
10.	Starke Kooperationspartner	28
11.	Mitgliedschaft im BDD	29
12.	Das Aufnahmeverfahren	31



WILLKOMMEN

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 Kundinnen und 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 Vereinbarkeit 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, 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 Kundinnen und Kunden, Vertriebspartnerinnen und -partner sowie Vertreter und Vertreterinnen 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, lauter 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 in den Wohnungen von Kundinnen und 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 Außendienstmitarbeiterinnen und -mitarbeitern sowie den Umgang mit Wettbewerberinnen und 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 e. V. (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 (AG)

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.

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.



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.



Online-Zertifikatslehrgang

„Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“

Seit Mai 2020 können Vertriebspartnerinnen und -partner den Online-Zertifikatslehrgang „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“ absolvieren. Die Weiterbildung wird in Zusammenarbeit mit der Studiengemeinschaft Darmstadt und der IHK Darmstadt angeboten.



AG Nachhaltigkeit

Ob in Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft: Nachhaltigkeit ist in aller Munde und wird mehr und mehr zum Erfolgsfaktor in allen unternehmerischen Bereichen. In der Arbeitsgruppe geht es um branchenspezifische Fragestellungen, die eine entsprechende Ausrichtung mit sich bringt, so z. B. um Themen wie CO₂-Reduktion, Müllvermeidung und Verpackungsoptimierung. Vorrangiges Ziel ist es dabei, die Umsetzung gemeinsam weiter voranzutreiben.



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, Teilnehmendenmanagement, Veranstaltungsformate, rote Fäden und Dramaturgie sowie über die gewissen „Wow“-Faktoren.



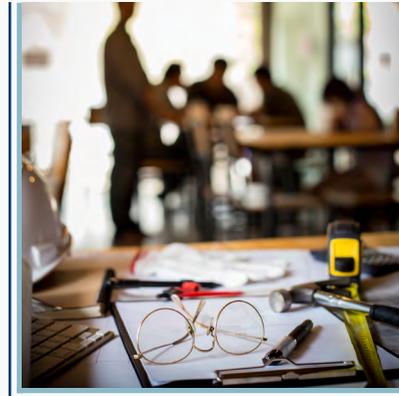
AG Digitalisierung

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) und Multi-Channel-Strategien bieten den Unternehmen die Möglichkeit, sich noch besser auf die Kundenwünsche einzustellen.

Diese Themen sowie Technik-Trends wie z.B. KI und E-Learning werden in der Arbeitsgruppe Digitalisierung behandelt. Von dem Engagement in den Gremien profitieren alle Beteiligten in hohem Maße.

AG Vertriebspartnergewinnung und Weiterbildung

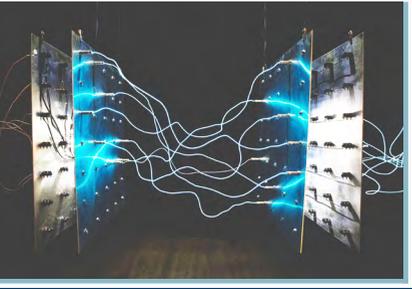
Der Direktvertrieb hängt in besonderer Weise von der Qualität seines Außendienstes ab. Schulungen, Vergütungs- und andere Anreizsysteme spielen dabei eine bedeutende Rolle. Der Schwerpunkt in der Arbeitsgruppe liegt bei den Themen der Gewinnung sowie der Motivation und Weiterbildung von Führungskräften im Außendienst. So hat diese Arbeitsgruppe gemeinsam mit der IHK-Organisation den Online-Zertifikatslehrgang „Berater/in im Direktvertrieb“ entwickelt und in der Praxis etabliert.



AG Zukunft des Direktvertriebs

Die 2012 gegründete Arbeitsgruppe Zukunft des Direktvertriebs beschäftigt sich über das unternehmerische Tagesgeschäft hinaus mit strategischen Zukunftsfragen der Branche und richtet sich vor allem an die Geschäftsführer und -führerinnen sowie 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 Energie und Telekommunikation

Bei diesem Format tauschen sich BDD-Mitglieder aus dem Bereich Energie und Telekommunikation zu aktuellen Themen rund um den Direktvertrieb aus. Ob politische Gegebenheiten oder Herausforderungen bei der Vertriebsmannschaft - in dieser Arbeitsgruppe ist Raum für exklusiven Austausch.

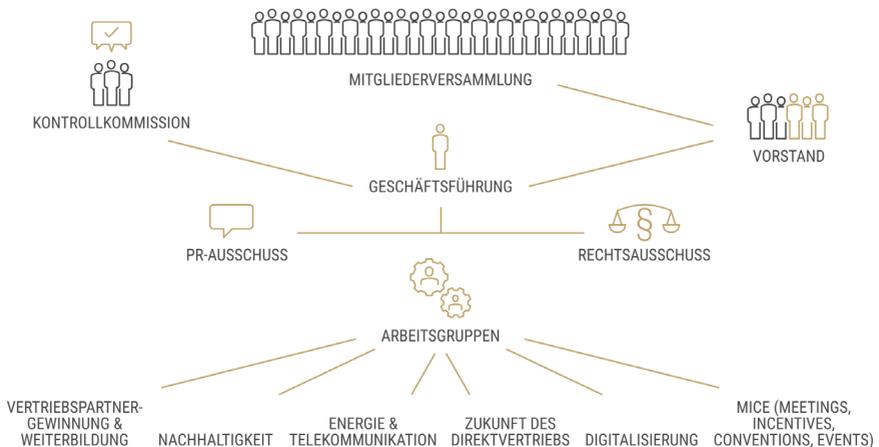
Mitgliederversammlung / Direktvertriebskongress

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



Gemeinsam mit seinen Mitgliedern gestaltet der BDD die Zukunft des Direktvertriebs in Deutschland.

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 Geschäftsstelle Ihre Vertragsunterlagen. Auf diese Weise unterstützt der Verband Ihr Unternehmen, wichtige strategische Entscheidungen zu treffen.

Im regelmäßig erscheinenden Lobby-Newsletter 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. Im Rahmen einer Kooperation mit der Universalschlichtungsstelle des Bundes ermutigt der Verband seine Mitgliedsunternehmen, sich freiwillig zu einer Teilnahme am Streitbeilegungsverfahren der Universalschlichtungsstelle bereit zu erklären. Der BDD übernimmt dabei bei der **ersten** ein Mitgliedsunternehmen betreffenden Beschwerde im jeweiligen Kalenderjahr die Kosten für das Schlichtungsverfahren.

Rechtliche Publikationen des BDD

Durch seine juristischen Veröffentlichungen informiert der BDD seine Mitglieder über wichtige Gesetzgebungen. Einige Beispiele, an denen der BDD mitgewirkt hat:

- Jährlich aktualisierte Mustermerkleblätter zur sozialen Sicherung und zu sonstigen rechtlichen Rahmenbedingungen von Selbständigen
- BDD-Leitfaden: Erfolg im Direktvertrieb & Social Selling (wird regelmäßig aktualisiert)
- Vereinbarkeit eines wettbewerbsrechtlichen Verbots des unbestellten Vertreterbesuchs mit der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, Zeitschrift für Wettbewerb in Recht und Praxis, 2019, S. 1529
- Die EU-Verbraucherrechterichtlinie (Teil 2), Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2015, S. 3
- Die EU-Verbraucherrechterichtlinie (Teil 1), Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2014, S. 34
- Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie, Zeitschrift für Vertriebsrecht, 2014, S. 3
- Das neue Verbrauchervertragsrecht, Verlag Dr. Otto Schmidt, Köln 2014



6. STÄNDIG AKTUELLES BRANCHENWISSEN

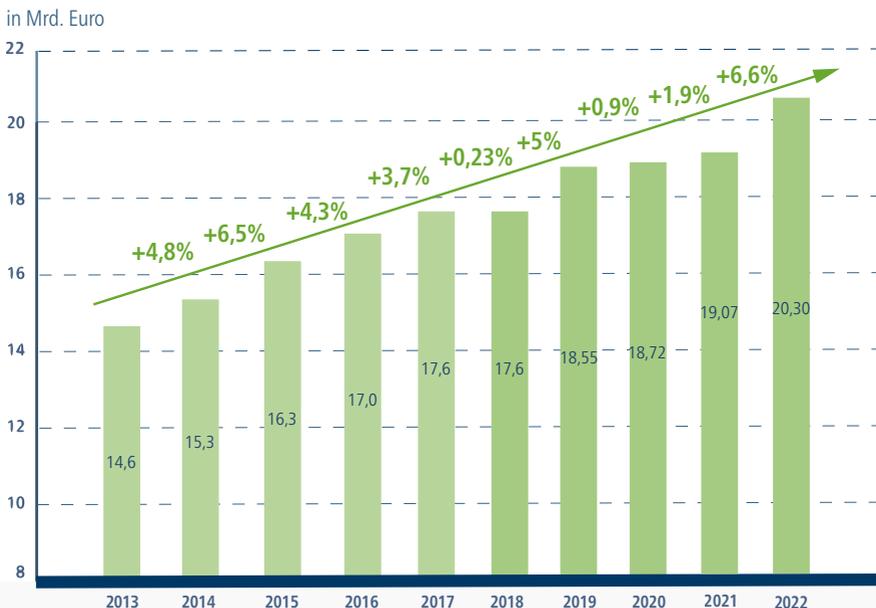
Der BDD ist das Kompetenz- und Wissenszentrum für aktuelle Informationen zur Branchenentwicklung in Deutschland. So werden im Auftrag unseres Verbandes im Rahmen einer seit dem Jahr 2012 bestehenden Forschungs Kooperation Marktstudien von der Universität Mannheim erstellt. Dafür werden deutsche Direktvertriebsunternehmen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

Diese Ergebnisse werden in der 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 in Deutschland seit 2013



Starthilfe für Gründer und Gründerinnen

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 Vertriebspartnerinnen und -partnern, der Aufbau von IT-Lösungen und 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, Journalistinnen sowie Pressevertreterinnen und -vertretern, um so die positive Wahrnehmung sowie das Image des Direktvertriebs und seiner Unternehmen nachhaltig zu stärken.

Frankfurter Allgemeine
FAZ.NET | **Handelsblatt** **DIE ZEIT**

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.

Die Auszeichnung besonderer Leistungen, ob von unseren Mitgliedern oder jungen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Nachhaltigkeit, Innovation sowie Weiterbildung für Vertriebspartnerinnen und -partner sind weitere Themen unserer vielfältigen Verbandsarbeit.

Wissenschaftlicher Beirat & WissenschaftsAward

2018 wurde der Wissenschaftliche Beirat unter Vorsitz von Prof. Dr. Florian Kraus von der Universität Mannheim gegründet. Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer, Ordinarius a.D. am Fachbereich Rechtswissenschaften der Universität Konstanz, ist stellvertretender Vorsitzender. Dieses hochkarätige Gremium setzt sich aus 16 Professorinnen und Professoren an 15 deutschen Hochschulen zusammen.



Gemeinsam beraten sie den BDD bei der jährlichen Vergabe des BDD-WissenschaftsAwards. Mit diesem Preis fördert der Verband die Forschungstätigkeit zum Direktvertrieb an deutschen Hochschulen. Prämiert werden herausragende wissenschaftliche Arbeiten zum Thema Direktvertrieb und Social Selling aus den Bereichen Wirtschafts- oder Rechtswissenschaft.

Unternehmenspreise und InnovationAward

Jedes Jahr werden die Mitgliedsunternehmen mit dem Unternehmenspreis ausgezeichnet, die das stärkste Umsatzwachstum erzielt haben. Außerdem verleiht der BDD den InnovationAward. Ausgezeichnet werden Social Media Kampagnen, innovative Produktneuheiten und Lösungen für Herausforderungen im Arbeitsalltag.



NachhaltigkeitsAward

Die Ansätze im Direktvertrieb nachhaltig zu wirtschaften, umweltfreundlich zu produzieren und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen sind so vielfältig, wie es die Mitgliedsunternehmen des BDD sind. Selbst aktiv zu werden und eigenständig Initiative zu ergreifen ist dabei allen gemeinsam.

Seit 2021 wird jährlich das beste Nachhaltigkeitsprojekt der Verbandsmitglieder prämiert, um den Best-Practice-Austausch zu intensivieren.

Praxistraining „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“

Das Praxistraining wendet sich an Vertriebspartnerinnen und -partner der Mitgliedsunternehmen und kann mit dem angesehenen Zertifikat „Berater/in im Direktvertrieb (IHK)“ abgeschlossen werden.

Das Ziel dieses Angebots ist es, durch die Vermittlung erforderlichen Fachwissens sowie methodischer und sozialer Kompetenzen auf eine erfolgreiche Tätigkeit im Direktvertrieb vorzubereiten. Es geht um eine fundierte und effektive Qualifizierung durch die Vermittlung relevanter Schlüsselqualifikationen, Fachkenntnisse sowie Methoden- und Sozialkompetenzen.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden anhand praxisbezogener Inhalte in die Lage versetzt, ihre kaufmännischen und vertrieblichen Tätigkeiten selbständig zu planen und erfolgreich durchzuführen. Eine wichtige Rolle spielen hierbei auch die BDD-Verhaltensstandards, durch die ein fairer und seriöser Direktvertrieb sichergestellt wird.

Woche des Direktvertriebs

Jedes Jahr feiert der BDD die Woche des Direktvertriebs, u. a. mit #WirSindDirektvertrieb bei der klar die Vielseitigkeit der Branche gespiegelt wird und zeigt, was sie ausmacht: die Menschen, die in ihr und für sie arbeiten.



„Wir möchten zeigen, dass in unserer Branche jeder und jede mit Spaß an der Kommunikation mit anderen Menschen die Chance ergreifen kann“, kommentiert Jochen Clausnitzer, BDD-Geschäftsführer.

9. 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
- 2000 BDD erkämpft Ausnahmen bei der Rentenversicherungspflicht für selbständige Vertriebspartner und -partnerinnen.
- 2003 BDD verhindert ein Verbot von Haustürkreditgeschäften.
- 2004 Unbestellter Hausbesuch bleibt zulässig und gilt nicht als belästigende Werbung.
- 2005 BDD sorgt für höhere Möglichkeiten des Hinzuverdienstes bei ALGII-Empfängern und -Empfängerinnen.
- 2007 Rechtsstatus selbständiger Außendienstlerinnen und Außendienstlern geklärt, so dass auch Selbständige mit nur einem Auftraggeber oder einer Auftraggeberin echte Selbständige sind.
- 2011 BDD erwirkt europaweit einheitliche Informationspflichten und Widerrufsrecht im Direktvertrieb.
- 2012 Beginn der Kooperation mit der Universität Mannheim, die die Erstellung von Marktstudien umfasst
- 2013 Einrichtung eines Schlichtungsverfahrens, Anpassung der BDD-Verhaltensstandards
- 2014 Beschränkung der Widerrufsfrist bei fehlerhafter Belehrung
- 2016 BDD setzt sich erfolgreich dafür ein, dass die Definition des Begriffs selbständiger Handelsvertreter im Gesetz zur Neuregelung von Werkverträgen und Leiharbeit unberührt bleibt.
- 2019 BDD-Forderungen finden Gehör: Die Mindestbeiträge zur Kranken- und Pflegeversicherung für Selbständige werden um mehr als die Hälfte gesenkt.
- 2020 Etablierung des Online-Praxistrainings mit IHK-Zertifikat „Berater/in im Direktvertrieb“.

- 2021 Forderung nach einem Verbot unbestellter Hausbesuche wird abgelehnt.
Koalitionsvertrag berücksichtigt die BDD-Forderung beim Thema Vorsorgepflicht für Selbständige.
- 2023 BDD positioniert sich mit Erfolg bei der Anhörung des Bundesjustizministeriums zum Thema unbestellter Hausbesuch.

10. STARKE KOOPERATIONSPARTNER



Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

EMPFOHLENER 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.

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.



KooperationspartnerAward

Vor diesem Hintergrund zeichnet der Verband seit 2023 erfolgreiche Kooperationen zwischen BDD-Mitgliedsunternehmen und Empfohlenen Kooperationspartnern aus, die einen Bezug zum Direktvertrieb haben und einen relevanten Mehrwert bieten.

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.

Bewerber auf eine Mitgliedschaft werden intensiv vom Vorstand des BDD und der unabhängigen Kontrollkommission geprüft. Dabei ist die Einhaltung unserer Verhaltensstandards des Direktvertriebs zwingende Voraussetzung 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.

Definition des Direktvertriebs

„Unter Direktvertrieb versteht man im Allgemeinen den Verkauf von Waren und Dienstleistungen an Verbraucherinnen und Verbraucher in der Wohnung, am Arbeitsplatz oder an anderen Orten außerhalb ständiger Geschäftsräume nach persönlicher Beratung/Vorführung durch eine Vertriebspartnerin oder einen Vertriebspartner oder unter Zuhilfenahme digitaler Medien, soweit zwischen den Beteiligten die Möglichkeit von gleichzeitigem Sicht- und Hörkontakt besteht und die Ware oder Leistung vor Vertragsabschluss durch eine Vertriebspartnerin oder einen Vertriebspartner vorgeführt wird
(Online-Party, Online-Meeting, Live-Shopping).“

(Quelle: Satzung vom Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.)

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.

Nutzen Sie die Vorteile – werden Sie Mitglied im BDD!



12. 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 bzw. Bestellformulare für Endabnehmerinnen und -nehmern
- Formulare für Verträge mit Vertriebspartnerinnen und -partnern (aller Funktionen und Stufen)
- Beschreibung des Vertriebssystems
- Anleitungen für Vertriebspartnerinnen und -partner
- Werbeunterlagen (Kataloge, Broschüren, Prospekte, Preislisten, etc.)
- Werbeanzeigen

„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.“
- Jochen Clausnitzer, BDD-Geschäftsführer -

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.



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 Jan Kulke, Monkey Business/STOCK S. 3 AVON und Vorwerk, S. 4 Flamingo Images/STOCK und dusanpetkovic1/STOCK, S. 5 Jan Kulke und dglimages/STOCK S. 6 wae-wkidja/FREEPIK, Andreas Kermann, S. 7 Photocreo Bednarek/STOCK und kasto/STOCK, S. 9 Jan Kulke und Credits: bofrost*, S. 10 Logo DSE, S. 11 Logo WFDSA, Regina Sablotny und STOCK, S. 13 congerdesign/PIXABAY und snowing/Freepik, S. 14 dehweh/STOCK, hinkson/UNSPLASH und Altmann/PIXABAY, S. 15 PIXABAY und olm26250/ISTOCKFOTO, S. 16 Israel Palacio/UNSPLASH, Andreas Kermann und Regina Sablotny, Jan Kulke S. 20 Universität Mannheim, S. 22 Logo FAZ.NET, Handelsblatt, DIEZEIT, S. 23 metamorworks/STOCK, S. 24 J.M. Image Factory/STOCK, S. 25 AMC, dekoster, Credits: bofrost*, MARY KAY, S. 26 Jan Kulke, S. 29 Andreas Kermann, S. 31 Jan Kulke

Stand: April 2024

