



PRESSEMITTEILUNG

Bundesverband
Direktvertrieb
Deutschland

Bundestagswahl 2009

Spitzenkandidaten der Parteien sind sich einig: Direktvertrieb ist wichtiger Wirtschaftsfaktor

Kurz vor der Bundestagswahl haben Deutschlands Spitzenpolitiker die Bedeutung des Direktvertriebs unterstrichen. Um die Interessen von Kunden und Anbietern zu wahren, wird eine Harmonisierung des EU-Verbraucherrechts angestrebt.

Berlin, den 9. September 2009 – Der Direktvertrieb ist ein wichtiger Wirtschaftszweig, so die Spitzenkandidaten der großen politischen Parteien wenige Tage vor der Bundestagswahl im Gespräch mit DIREKT!, der offiziellen Publikation des Bundesverbandes Direktvertrieb. Auf die Frage, welche wirtschaftliche bzw. wirtschaftspolitische Bedeutung der Direktvertrieb hat, sind sich die befragten Politiker einig, dass der Direktvertrieb für Anbieter und Kunden viele Vorteile hat.

„Der Direktvertrieb ist ein entscheidender Wirtschaftszweig, dessen Umsätze kontinuierlich steigen – und in Zukunft noch weiter steigen werden“, sagt Volker Kauder, Fraktionschef von CDU/CSU im Deutschen Bundestag. Bereits heute nutze jeder zweite Verbraucher den Direktvertrieb. Auch SPD-Kanzlerkandidat Frank-Walter Steinmeier ist der Ansicht, dass der Direktvertrieb in Deutschland eine wichtige Rolle spielt: „Gerade im ländlichen Raum sichert der Direktvertrieb die Versorgung der Menschen. Das brauchen wir.“ Eine ähnliche Position vertritt auch Oskar Lafontaine, Fraktionsvorsitzender von „Die Linke“ im Deutschen Bundestag: „Besonders in strukturschwachen Regionen, aus denen sich große Handelsketten zurückziehen, kann der Direktvertrieb belebend wirken.“

Die Freien Demokraten betonen die verbraucherpolitische Bedeutung des Direktvertriebs. „Gerade aus verbraucherpolitischer Sicht stellt diese Vertriebsform eine Chance dar, da Unternehmen und Endverbraucher in direktem Kontakt stehen und somit eine seriöse Vertrauensbasis auf Handelsebene geschaffen werden kann“, so Gudrun Kopp, Sprecherin der FDP-Bundestagsfraktion für Energiepolitik und Welthandelsfragen. Jürgen Trittin, Spitzenkandidat von Bündnis 90 / Die Grünen, hebt die Bedeutung des Direktvertriebs für kleinere Unternehmen hervor: „Wir schätzen den Direktvertrieb als einen Vertriebsweg, der es kleinen und mittelständischen Unternehmen möglich macht, eine direkte Abhängigkeit vom Großhandel zu umgehen.“

Um den Direktvertrieb zu fördern, sei es wichtig, einen Ausgleich zwischen den Interessen der Anbieter und denen der Verbraucher zu schaffen – auch darin sind sich die Parteien einig. Dies soll im Rahmen des neuen EU-Verbrauchervertragsrechts

geschehen. Während die Liberalen für eine Vollharmonisierung der nationalen Rechtsvorschriften, also für eine europaweit einheitliche Regelung, eintreten, sind die anderen Parteien in dieser Hinsicht eher skeptisch.

So bleibt die Union bei ihrer bereits im Europa-Wahlkampf vertretenen Position und will prüfen, „in welchen Bereichen eine Vollharmonisierung angestrebt und in welchen Bereichen die bewährten nationalen Regelungen weiter Geltung haben sollten“. CDU-Fraktionschef Kauder: „Die CDU ist dafür, eine so genannte Korridorharmonisierung einzuführen, d. h. eine Minimalharmonisierung und ein Maximalniveau – zwischen beiden können sich die Mitgliedsstaaten bewegen und haben damit einen gewissen Gestaltungsspielraum.“ Auch SPD-Spitzenkandidat Steinmeier ist dafür, die geplanten Harmonisierungsmaßnahmen noch einmal zu prüfen: „Ich unterstütze die Harmonisierung des Verbraucherschutzes in der Europäischen Union. Sie darf aber nicht zu einer Absenkung unserer deutschen Standards führen.“

Wesentlich kritischer äußern sich Bündnis90/ Die Grünen: „Mit ihrem Richtlinienentwurf zur Vereinheitlichung des europäischen Verbraucherrechts auf niedrigem Niveau betreibt die EU-Kommission leider Raubbau an den nationalen Verbraucherrechten. Wir Grüne wollen das Verbraucherrecht aber nicht auf den kleinsten gemeinsamen Nenner stützen“, so das Statement von Spitzenkandidat Trittin gegenüber DIREKT!

Aus Sicht des Bundesverbandes Direktvertrieb würde die geplante Vollharmonisierung zu mehr Rechtssicherheit in den 27 Mitgliedsstaaten führen. Bisher hatte es in Sachen Verbraucherschutz nur Mindeststandards gegeben. Bei einer Vollharmonisierung dürften die Mitgliedsstaaten keine strengeren als die in der Richtlinie vorgegebenen Vorschriften erlassen und müssten Regelungen, die darüber hinaus gehen, entsprechend anpassen. „Die von der EU-Kommission geplante Vollharmonisierung dient der Weiterentwicklung des Binnenmarktes, und ein gut funktionierender Markt ist der effektivste Verbraucherschutz“, so Wolfgang Bohle, Geschäftsführer des Bundesverbandes Direktvertrieb. (4.624 Zeichen)

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.

Der Bundesverband Direktvertrieb ist der Spitzenverband des Direktvertriebs in Deutschland und vertritt seit 1967 die Interessen namhafter Direktvertriebsunternehmen des privaten Konsumgüter- und Dienstleistungsbereichs. Zu seinen Mitgliedern zählen so bekannte Unternehmen wie AMC, AVON, Deutsche Telekom, HEIM & HAUS, inmediaONE], JEMAKO, LichtBlick, Mary Kay, Tupperware, Vorwerk, Yello Strom und die Weinvertriebe der WIV-Gruppe. Die Mitgliedsunternehmen haben sich zur Einhaltung von Verhaltensstandards verpflichtet, die für ein faires Miteinander im Direktvertrieb sorgen. Im Jahr 2008 erzielten die Mitglieder des Bundesverbandes einen Gesamtumsatz von rund 1,7 Milliarden Euro und beschäftigten über 160.000 Außendienstmitarbeiter/innen.

Medienkontakt

Daniel Marschke
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Bundesallee 221 - 10719 Berlin
Fon: 030. 23 63 56 83 - Fax: 030. 23 63 56 88
marschke@bundesverband-direktvertrieb.de
www.bundesverband-direktvertrieb.de - www.lieberzuhause.de

Schneller zum Ziel mit kürzerer Web-Adresse: **www.direktvertrieb.de**