





BDD

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland

2026

Situation der Direktvertriebsbranche in Deutschland

Studie im Auftrag des Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.
in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Florian Kraus (Universität Mannheim)

UNIVERSITÄT MANNHEIM

Über die Studie

Die vorliegende Studie „Situation der Direktvertriebsbranche in Deutschland“ wurde von einem extern beauftragten Marktforschungsinstitut unter der Schirmherrschaft von Prof. Dr. Florian Kraus (Universität Mannheim) erhoben und vom Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. beauftragt.

An der Online-Befragung nahmen 128 Unternehmen aus dem Direktvertrieb im Zeitraum von Mitte Januar bis Ende März 2026 teil.

Die Erhebung der Marktdaten wird seit 2012 regelmäßig durchgeführt, um eine datenbasierte Marktbeobachtung zu gewährleisten.

Inhalt

01 5

Begrüßung 6
Executive Summary 8
Direktvertrieb in Zahlen 10

02 13

Stichprobe 14
Umsätze 15
Prognose 2026 18
Menschen im Direktvertrieb 21
Retourenquote 23
Künstliche Intelligenz 24

03 27

Über den BDD 28
Kontakt 30

01

Begrüßung

Executive Summary

Direktvertrieb in Zahlen

Liebe Leserinnen und Leser,

der Direktvertrieb bleibt auch 2026 ein wichtiger Bestandteil der deutschen Wirtschaft. In einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld macht die vorliegende Studie deutlich: Unsere Branche ist stabil, anpassungsfähig und zukunftsorientiert.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Direktvertrieb 2025 erneut gewachsen ist. Mit einem Umsatz von 21,24 Milliarden Euro konnte die Branche ein Plus von 1,7 % gegenüber dem Vorjahr erzielen. Für 2026 blicken die befragten Unternehmen zudem optimistisch nach vorne und erwarten im Durchschnitt ein Umsatzwachstum von 3,7 %. Diese Zahlen machen deutlich: Die persönliche Beratung behauptet sich auch in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit.
906.433 Vertriebspartnerinnen und -partner waren 2025 im Direktvertrieb tätig. Für viele von ihnen bedeutet unsere Vertriebsform ein ergänzendes Einkommen. Unsere Branche bietet neben Flexibilität und Selbstbestimmtheit vor allem Chancengleichheit. Jeder und jede kann sich ausprobieren – auch ohne klassischen Karriereweg.

In Hinblick auf Verbraucherfreundlichkeit liefern die Studienergebnisse ein wichtiges Signal. Dies zeigt die Retourenquote von gerade einmal 3,1 %. Das spricht für eine hohe Beratungsqualität, passgenaue Kaufentscheidungen und ein nachhaltiges Vertriebsmodell, das auf persönlichem Vertrauen basiert.

Die Studie zeigt damit: Kontinuität und Wandel gehören im Direktvertrieb zusammen.

Unser Dank gilt allen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben. Die Ergebnisse liefern eine wichtige Grundlage für die weitere politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Einordnung des Direktvertriebs in Deutschland.

Ich wünsche Ihnen eine aufschlussreiche Lektüre!

Elke Kopp
Vorstandsvorsitzende
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.



Executive Summary



Aus wissenschaftlicher Sicht ist zunächst die Kontinuität der Marktentwicklung bemerkenswert.

Die Studie bestätigt die große Heterogenität der Branche. Die befragten Unternehmen sind in sehr unterschiedlichen Produkt- und Dienstleistungsbereichen tätig – von Haushaltswaren, Wellness, Lebensmitteln, Kosmetik und Bekleidung über Reinigung und Tierpflege bis hin zu Energie- und Kommunikationsdienstleistungen – um nur einige zu nennen. Der Direktvertrieb ist damit keine eng begrenzte Nischenform des Handels, sondern ein branchenübergreifend genutzter Vertriebsweg – der älteste der Welt.

Ein zentrales Ergebnis betrifft die Vertriebspartnerinnen und -partner. 906.433 Personen waren 2025 im Direktvertrieb tätig. Gegenüber 2024 bleibt die Zahl nahezu unverändert und trotzt damit dem demografischen Wandel. Die Branche bleibt damit personell nahezu stabil. Charakteristisch ist weiterhin, dass die Personen im Vertrieb mehrheitlich weiblich sind: Der Frauenanteil lag 2025 bei 57 %.

Ein besonders zukunftsweisendes Ergebnis betrifft den Einsatz Künstlicher Intelligenz. Mehr als 81 % Unternehmen haben 2025 in KI investiert. Diese Unternehmen berichten im Durchschnitt von Einsparungen in Höhe von 11 %. Das zeigt: Der Direktvertrieb nimmt technologische Entwicklungen aktiv auf. KI wird dabei nicht zum Ersatz für persönliche Beziehungen, sondern zu einem Werkzeug, das Prozesse verbessert, Vertriebspartnerinnen und -partner unterstützt und neue Effizienzpotenziale eröffnet.

Insgesamt zeigt die Studie eine Branche, die durch Stabilität, Vielfalt und Zukunftsfähigkeit geprägt ist. Der Direktvertrieb verbindet persönliche Beratung und flexible Erwerbsmöglichkeiten mit zunehmender technologischer Modernisierung. Für die weitere Entwicklung wird entscheidend sein, wie konsequent die Unternehmen diese Verbindung aus persönlicher Nähe, professioneller Vertriebsarbeit und digitaler Effizienz ausgestalten.

Prof. Dr. Florian Kraus
Universität Mannheim

Direktvertrieb in Zahlen

Anzahl der Vertriebspartnerinnen und - partner

906.433

21,24 MRD.
UMSATZ

57%43

Frauen-/Männeranteil im Direktvertrieb

ø 3,1%*
RETOURENQUOTE



* Durch die Abfrage in Kategorien ist der Mittelwert nur annäherungsweise ermittelbar.

81%
INVESTIEREN IN
KI



PROGNOSE
3,7%
UMSATZ
WACHSTUM
für 2026

Ich arbeite mehr als vorher - aber es fühlt sich nicht wie Arbeit an!

Melanie Brüggemann

Vertriebspartnerin des
BDD-Mitgliedsunternehmens
Mary Kay



02

Stichprobe

Umsätze

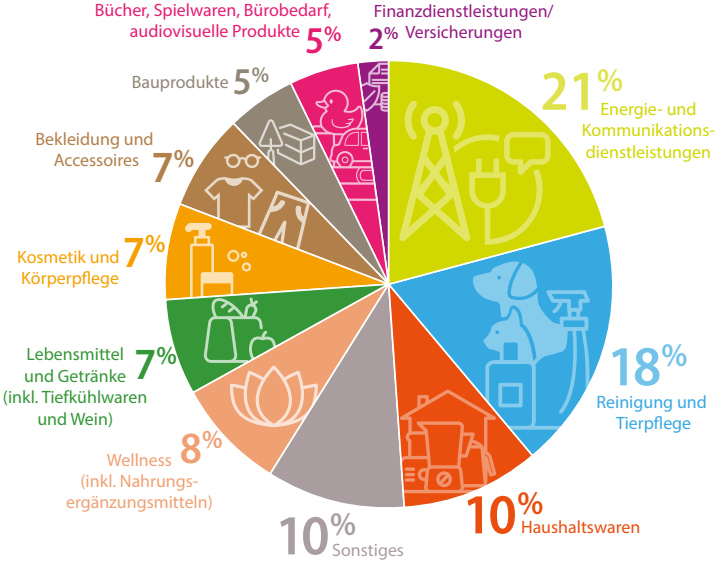
Prognose

Menschen im Direktvertrieb

Retourenquote

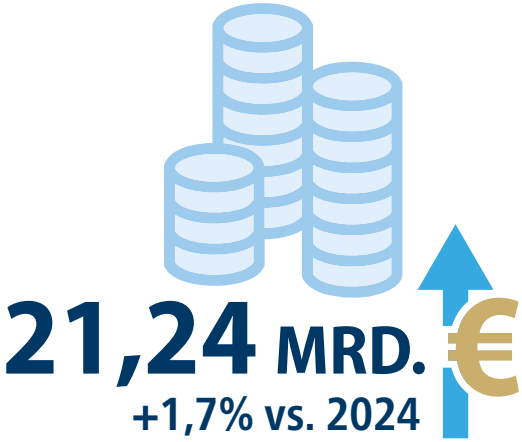
Künstliche Intelligenz

Welche der folgenden Produkte und Dienstleistungen werden von Ihrem Unternehmen hauptsächlich vertrieben?



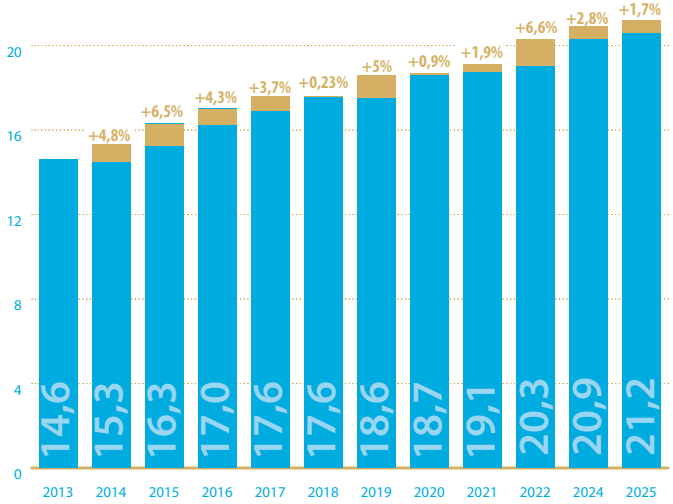
n = 128, Angaben in %

Wie hoch war Ihr Endkundenumsatz im Direktvertrieb im Jahr 2025 insgesamt (inkl. USt., in Mio. Euro) in Deutschland?



n = 128
Hinweis: Bei den Umsätzen handelt es sich wie in den Vorjahren um nominale (also nicht preisbereinigte) Umsätze.

Trotz diverser Krisen verzeichnet die Branche seit über zehn Jahren ein kontinuierliches Wachstum. Im 10-Jahres-Vergleich stieg der Umsatz des Direktvertriebs in Deutschland um 30 %.



n = 128, Angaben in Mrd. Euro
Die Stichprobengröße variiert in den Jahren.

Hinweis: Bei den Umsätzen handelt es sich wie in den Vorjahren um nominale (also nicht preisbereinigte) Umsätze.

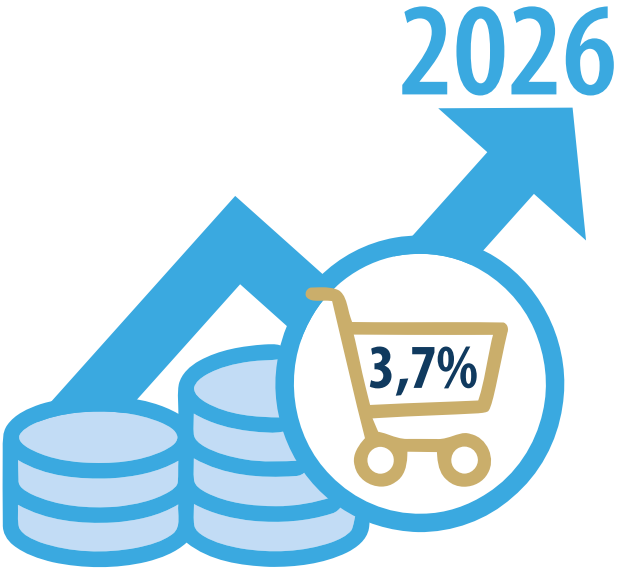
BRANCHENUMSÄTZE IM VERGLEICH



*HDE Onlinemonitor: https://einzelhandel.de/presse/zahlenfaktengrafiken/1022-konjunktur/%0D11935-umsatzwachstum-setzt-sich-fort

**bevh: https://bevh.org/detail/wachstum-im-e-commerce-lichtblick-in-der-deutschen-wirtschaft

Wie groß schätzen Sie die Umsatzentwicklung im Direktvertrieb für das Jahr 2026 für Ihr Unternehmen in Deutschland?



n = 128, Angaben in %

Der Direktvertrieb wurde zum Anker in meinem Leben!

TabeaSaB

Vertriebspartnerin des
BDD-Mitgliedsunternehmens
Victoria



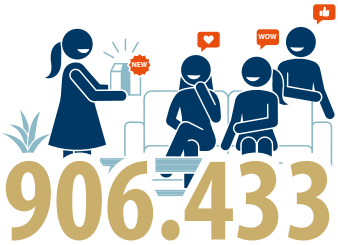
Von der Polizistin zum Vertriebsprofi: Raus aus dem Hamsterrad – rein in den Direktvertrieb!

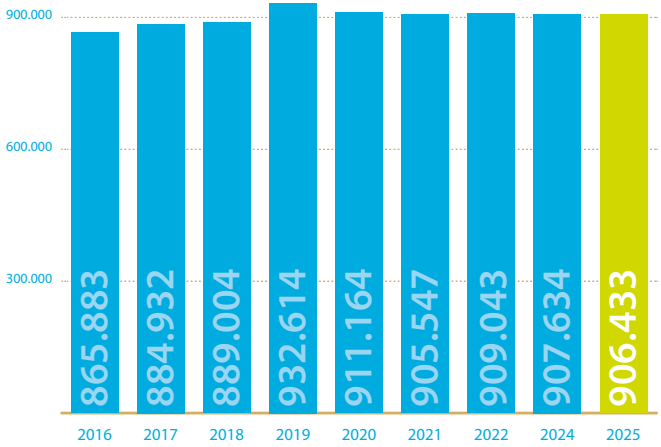


Meike Frie

Vertriebspartnerin des
BDD-Mitgliedsunternehmens
PM-International

Wie viele Vertriebspartnerinnen und -partner waren 2025 im Direktvertrieb für Ihr Unternehmen tätig?





Die Anzahl der Vertriebspartnerinnen und -partner bleibt über die Jahre hinweg stabil.

n=128
Die Stichprobengröße variiert in den Jahren.

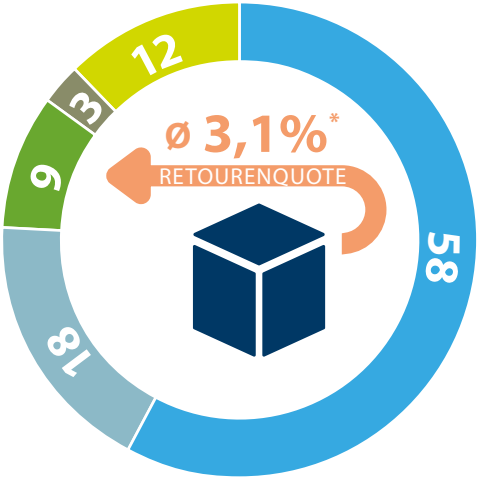
Wie viel % Ihrer Vertriebspartnerinnen und -partner im Direktvertrieb sind männlich oder weiblich?



n=128, Angaben in %

Wie hoch war die Retourenquote in Ihrem Unternehmen im Jahr 2025 im Direktvertrieb?

Die Retourenquote beträgt bei über der Hälfte der Unternehmen unter 2 %.



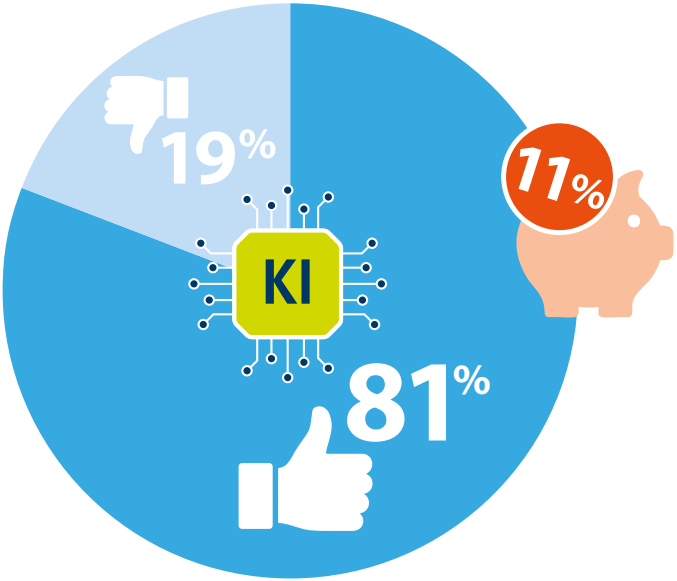
Warenrücksendungen sind nicht möglich (z. B. Energie, Telekommunikation)

< 2 % | 2 – 5 % | 5 – 10 % | 10 – 20 % (keine Nennung) | > 20 %

n = 128, Angaben in %

* Durch die Abfrage in Kategorien ist der Mittelwert nur annäherungsweise ermittelbar.

Haben Sie in 2025 in KI investiert? Wie hoch schätzen Sie Ihre Einsparungen im Vergleich zum Status vor KI?



n = 128, Angaben in %

Meinen Erfolg im Direktvertrieb bestimme ich!

Edris Bessmel

Vertriebspartner des
BDD-Mitgliedsunternehmens
PŸUR



03

Über den BDD

Kontakt

Über den BDD

Seit der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V. im Jahr 1967 in Frankfurt a. M. gegründet wurde, setzt er sich mit großem Engagement für die Interessen seiner Mitglieder, deren Vertriebspartnerinnen und -partner sowie Kundinnen und Kunden ein.

Sieben Gründungsmitglieder legten 1967 den Grundstein für den Verband, der schnell zum einzigen Branchenverband der deutschen Direktvertriebswirtschaft aufstieg. Heute ist der BDD mit rund 50 Mitgliedern der Förderer und Vertreter der Direktvertriebsunternehmen in Deutschland.

Politische und öffentlichkeitswirksame Arbeit

Der Bundesverband bündelt die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen und vertritt diese vor politischen Entscheidungsträgerinnen und -trägern auf nationaler und europäischer Ebene. Ziel ist es, die Öffentlichkeit, insbesondere Kundinnen und Kunden, Vertriebspartnerinnen und -partner sowie Vertreterinnen und Vertreter von Politik und Medien, über den Direktvertrieb zu informieren und das positive Image weiter hochzuhalten. Als Branchenexperte, Impulsgeber und Lieferant repräsentativer Marktzahlen ist der BDD ein wichtiges Sprachrohr für seine Mitglieder.

Verhaltensstandards garantieren Seriosität

Darüber hinaus versteht sich der BDD als Hüter des fairen und seriösen Direktvertriebs. Mit der Aufnahme in den Verband verpflichten sich die Unternehmen und ihre Vertriebspartnerinnen und -partner zu einem fairen und lauteren Verhalten gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Mitbewerberinnen und Mitbewerbern. Der BDD steht für die Einhaltung strikter Verhaltensstandards im Direktvertrieb. Vertrauen, Ehrlichkeit und Fairness sind die Grundpfeiler eines sicheren und erfolgreichen Vertriebs in privaten Wohnräumen der Kundinnen und Kunden. Die Verhaltensstandards schützen Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Vertriebspartnerinnen und -partner über das gesetzliche Maß hinaus: So gibt es ein Widerrufsrecht auch bei Bestellungen unter 40 Euro. Zudem gewähren die Mitgliedsunternehmen eine verlängerte Beweislastumkehr bei Mängeln zu Gunsten der Verbraucherinnen und Verbraucher. Vertriebspartnerinnen und -partner haben ein lebenslanges Rückgaberecht von Produkten und die BDD-Mitglieder verzichten auf jegliche Gebühren für Vertriebspartnerinnen und -partner. Seit fast 60 Jahren profitieren die Mitglieder des BDD von der juristischen Expertise und Beratung, der politischen Interessenvertretung und dem starken Netzwerk, das einen kontinuierlichen Informations- und Erfahrungsaustausch garantiert. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern gestaltet der BDD die Zukunft des Direktvertriebs in Deutschland.

Kontakt



Prof. Dr. Florian Kraus
Universitätsprofessor,
Lehrstuhlinhaber Universität Mannheim

Telefon 0621 181 2662
kraus@bwl.uni-mannheim.de



Jochen Clausnitzer
Geschäftsführer
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.

Telefon 030 23 63 56 86
clausnitzer@direktvertrieb.de



Alexandra Bekavac

Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.

Telefon 030 23 63 56 83
bekavac@direktvertrieb.de



Andrea Rose

Managerin Projekte, Veranstaltungen
und Nachhaltigkeit
Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.

Telefon 030 23 63 56 82
rose@direktvertrieb.de

Impressum

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.
Bundesallee 221 | D-10719 Berlin
Telefon 030 23 63 56-80
info@direktvertrieb.de | www.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:
NIWI Design, www.niwi-design.de

Bildnachweise

Cover: IStock_FlamingoImages (-ID:612010648), Stock adobe_ gstockstudio, Social Selling Bild: mit KI erstellt **Seite 7** Mary Kay
Seite 8 Rilke Allendörfer **Seite 12** Mary Kay **Seite 19** Conny Teichert
Seite 20 PM-International **Seite 22** IStock_AzmanJaka (ID:1183087605), Stock adobe_ deagreez (613087882) **Seite 25** PŸUR
Seite 30 Rilke Allendörfer, Jan Kulke
Seite 31 Amin Akhtar