

# Sozioökonomische Erhebung zum Direktvertrieb in Europa 2023

## Länderzusammenfassung



## Deutschland





# DEUTSCHLAND

## Ipsos-Bericht

### Zielsetzung

- Ziel dieser unabhängigen Marktforschungsstudie war die Untersuchung realer Erfahrungen im Direktvertrieb in 12 europäischen Ländern.
- Dabei wurde versucht, die Ergebnisse der letzten verfügbaren Studie dieser Art, die 2018 veröffentlicht wurde, zu aktualisieren.

### Methodik (vollständige Studie)

- Die Befragung wurde online durchgeführt.
- Die Befragten wurden von Direktvertriebsunternehmen oder nationalen Direktvertriebsverbänden, die entweder mit Seldia oder DSE verbunden sind, zur Teilnahme eingeladen.
- Die Feldarbeit fand zwischen dem 27. März und dem 21. April 2023 statt.
- In den 12 Ländern wurden insgesamt 25.896 Befragungen vollständig beantwortet.
- Gesamte Länderstichprobe in der Befragung:



3128

Deutschland

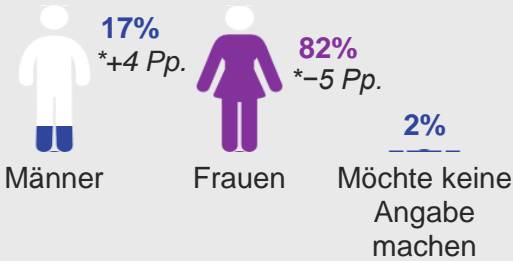
### Auswertung der Daten

- Wie 2018 wurden auch bei der diesjährigen Studie die europäischen Ergebnisse mit den Bevölkerungsdaten im Direktvertrieb tätiger Personen abgeglichen (basierend auf der WFDSA-Statistik 2021).
- Alle nationalen Ergebnisse sind in absoluten Zahlen angegeben (nicht gewichtet).
- Soweit möglich, werden Vergleiche mit den Ergebnissen von 2018 angestellt. Es ist zu beachten, dass die Vergleichbarkeit der beiden Ergebnisgruppen durch folgende Faktoren beeinträchtigt werden kann:
  - den Ländermix: Im Jahr 2023 wurde das Vereinigte Königreich aus der Erhebung gestrichen, während Lettland und Estland hinzugefügt wurden.
  - den Unternehmensmix: Die Befragung von 2023 umfasste Unternehmen, die mit Seldia und DSE verbunden sind, während die Befragung 2018 nur Unternehmen umfasste, die mit Seldia verbunden sind.
- Die europaweiten Ergebnisse finden Sie in der vollständigen Studie.

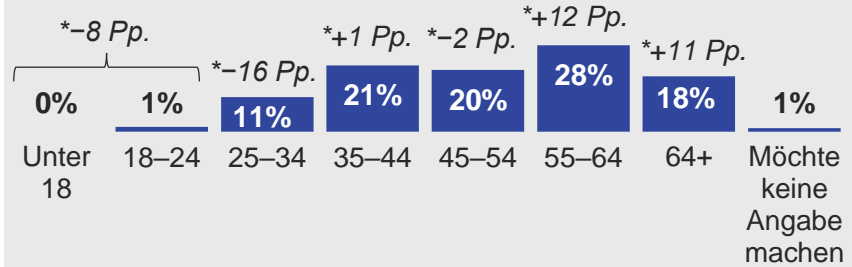


# DEUTSCHLAND

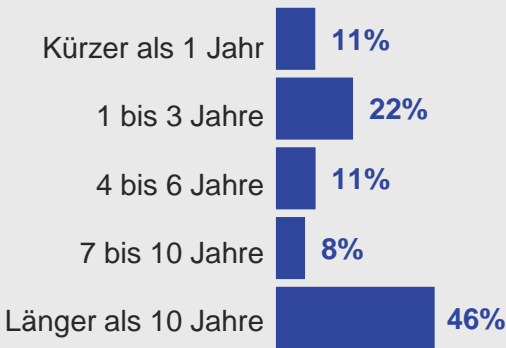
## GESCHLECHT



## ALTER



## IM DIREKTVERTRIEB TÄTIGE ZEIT



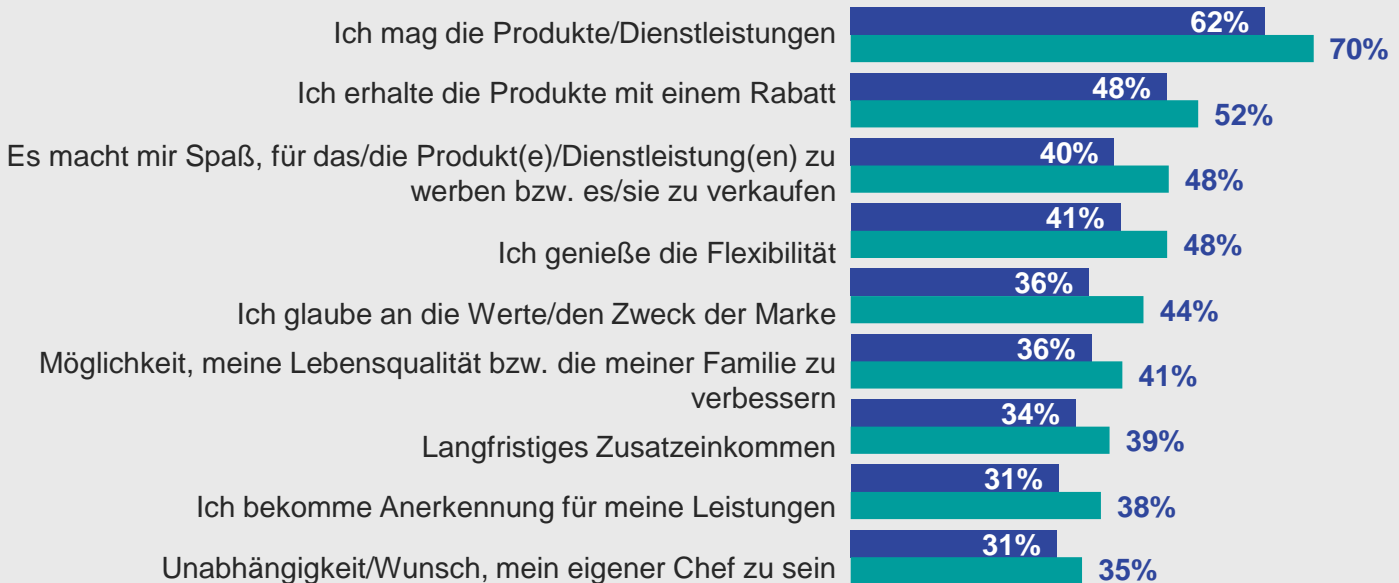
## TOP-KANÄLE FÜR BESTELLUNGEN



## GRÜNDE FÜR TÄTIGKEIT IM DIREKTVERTRIEB

### Gründe für den Einstieg

### Gründe für ein Verbleiben



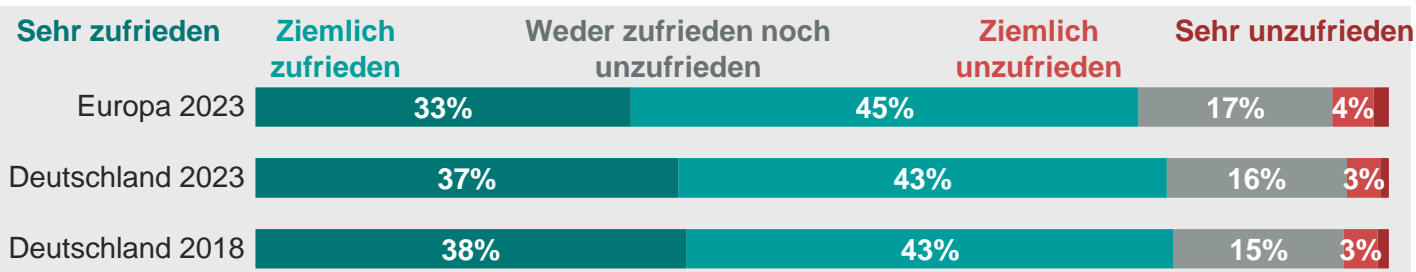
\* Die Ergebnisse sind nicht unmittelbar vergleichbar, da in der Befragung von 2023 die Antwortoption „Ich möchte keine Angabe machen“ hinzugefügt wurde.

\*\* Die Ergebnisse sind nicht unmittelbar vergleichbar, da in der Befragung von 2023 die Antwortoption „Ich weiß nicht“ hinzugefügt wurde.

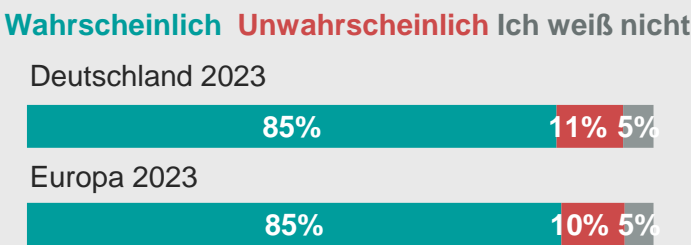


# DEUTSCHLAND

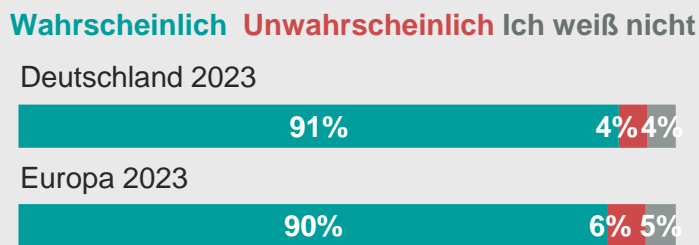
## BERUFLICHE ZUFRIEDENHEIT



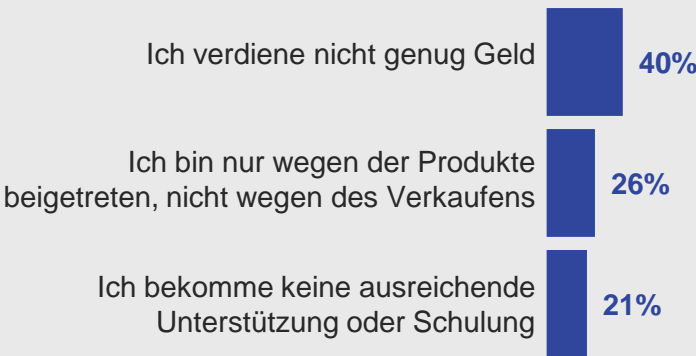
## WAHRSCHEINLICHKEIT, DAS UNTERNEHMEN WEITERZUEMPFEHLEN ...



## ... UND ES WEITERHIN ZU VERTRETEN



## HAUPTGRÜNDE FÜR NICHTVERBLEIBEN

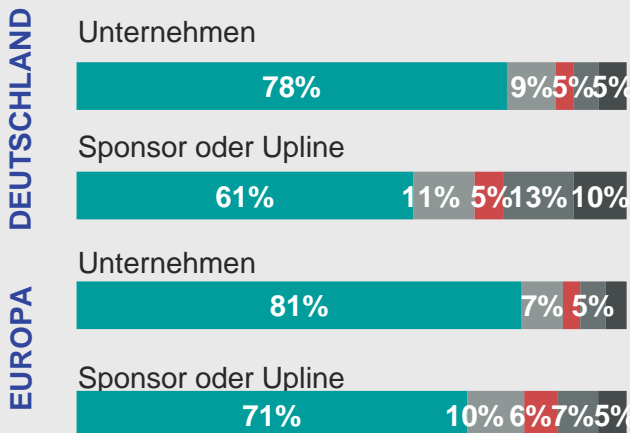


## AM MEISTEN MIT DEM DIREKTVERTRIEB ASSOZIIERTE BEGRIFFE

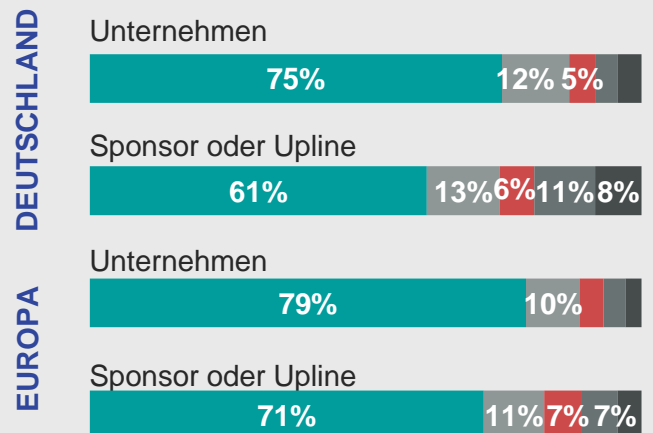


## BEWERTUNG DER SCHULUNG

Gute Qualität Weder gute noch schlechte Qualität Schlechte Qualität Nicht zutreffend Ich weiß nicht



## BEWERTUNG DER UNTERSTÜTZUNG



\*\* Nicht lesbare Labels unter 5 % wurden entfernt.

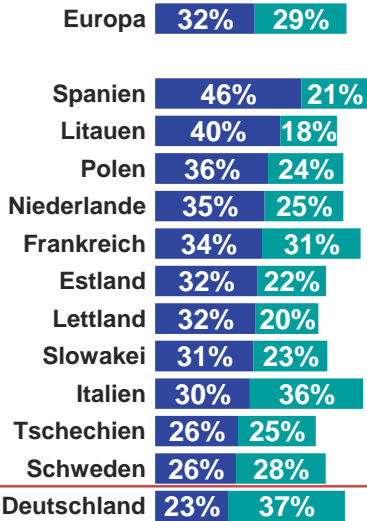


# DEUTSCHLAND

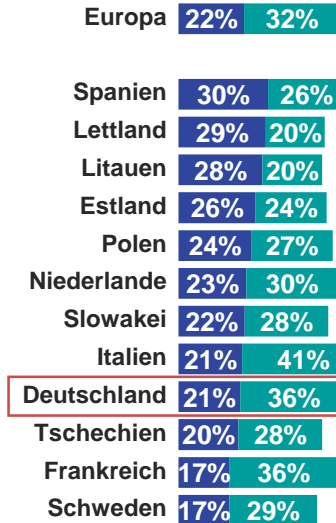
## EFFEKTIVITÄT VON METHODEN FÜR DEN VERKAUF AN BESTEHENDE KUNDEN

■ Effektiv ■ Nicht effektiv

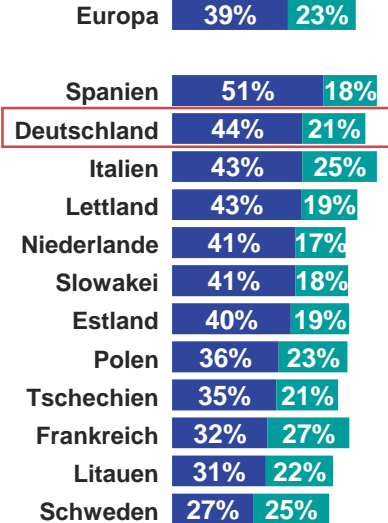
### Soziale Medien



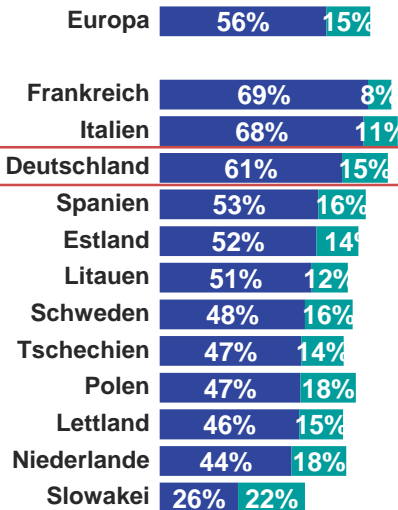
### Onlineverkauf über Websites oder Apps



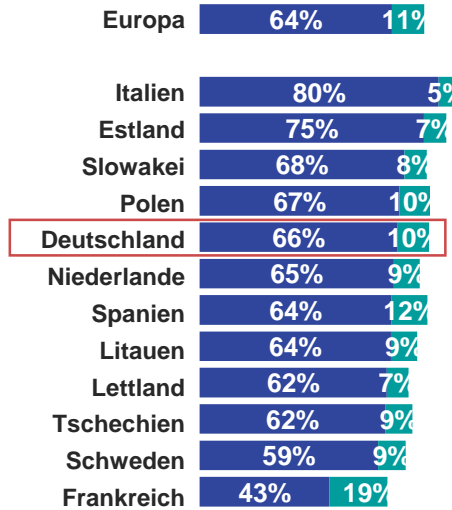
### E-Mail und andere Nachrichtendienste



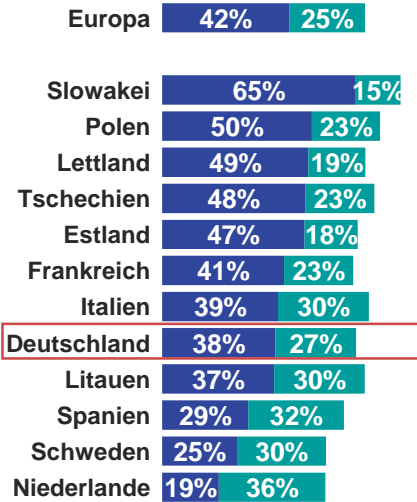
### Verkaufspartys und Produktvorführungen



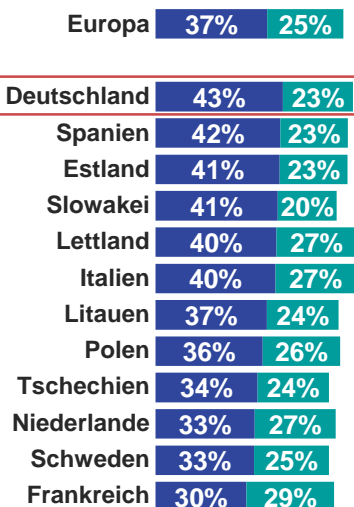
### Persönliche soziale und berufliche Netzwerke



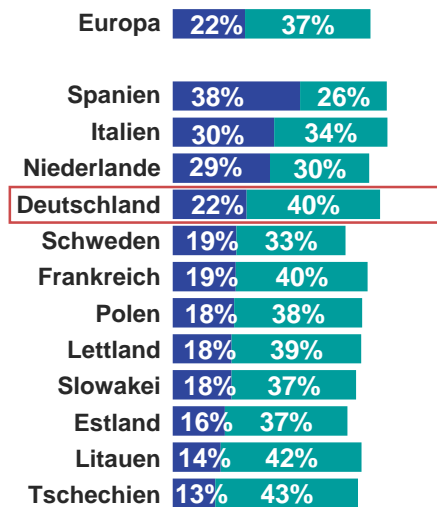
### Gedruckte Broschüre/Katalog



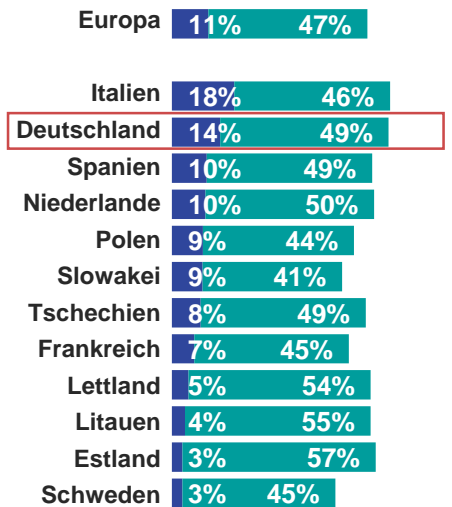
### Telefonisch



### Zufällige Begegnungen



### Klopfen an Türen

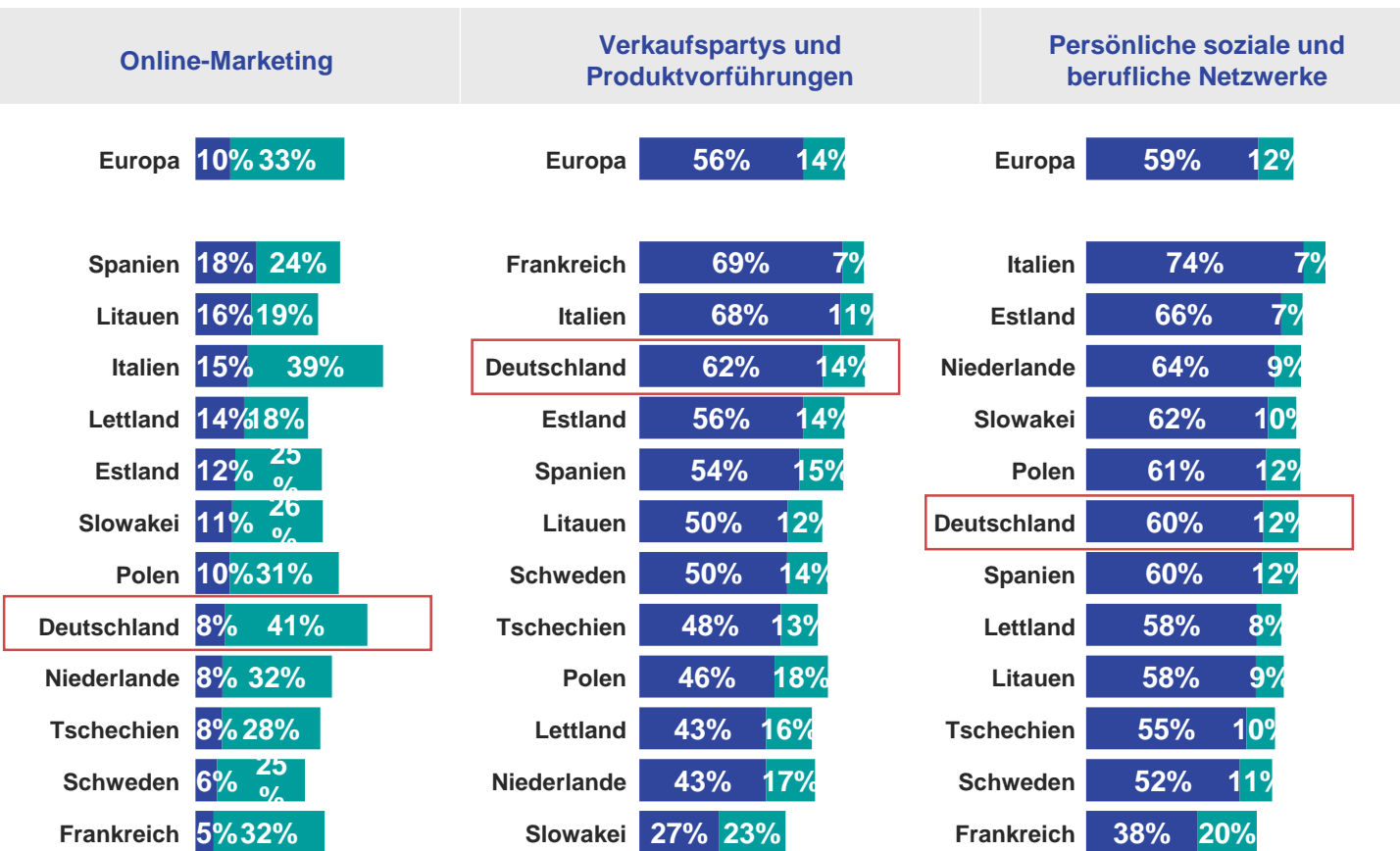
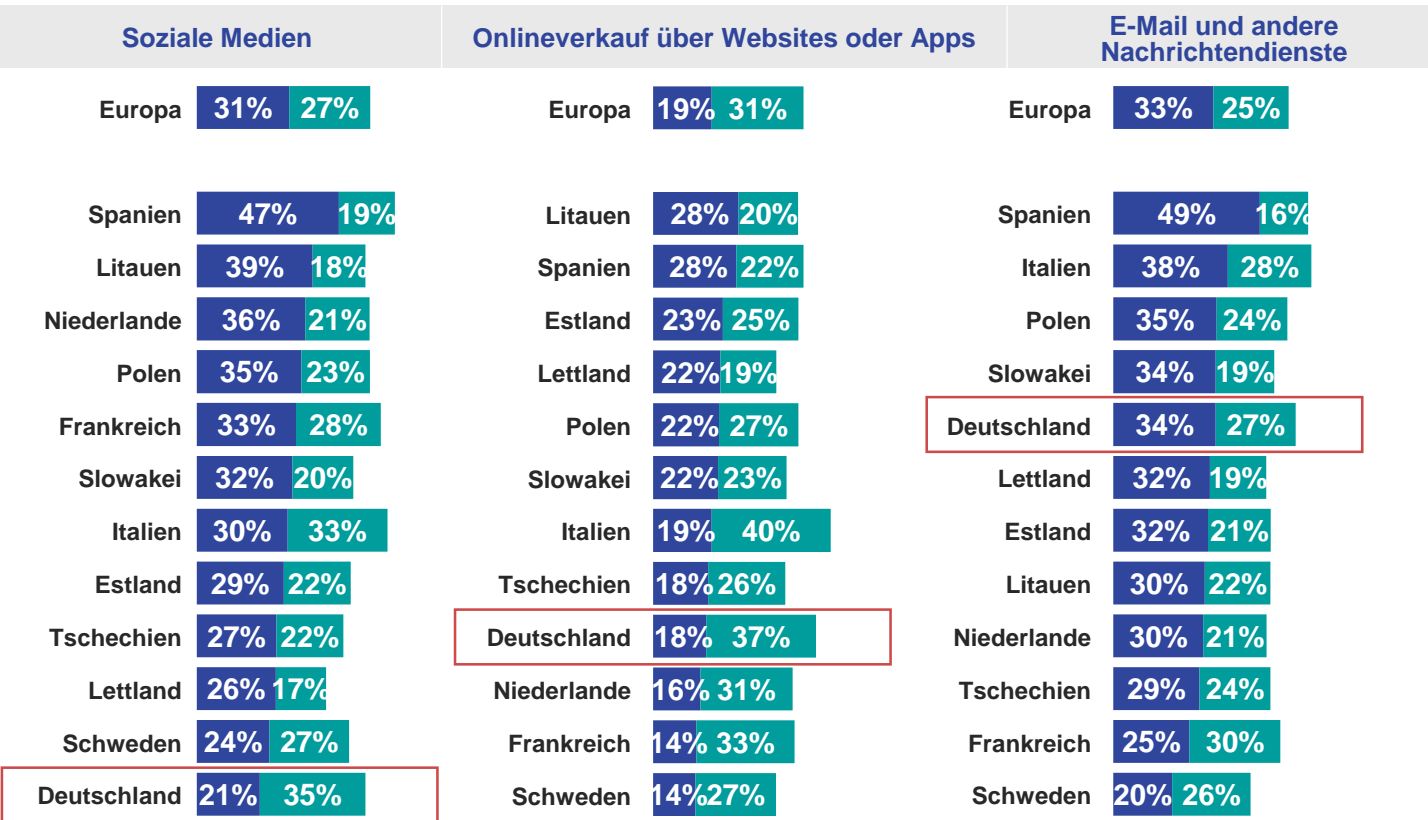




# DEUTSCHLAND

## EFFEKTIVITÄT VON METHODEN FÜR DEN VERKAUF AN POTENZIELLE KUNDEN

■ Effektiv ■ Nicht effektiv





# DEUTSCHLAND

## EFFEKTIVITÄT VON METHODEN FÜR DEN VERKAUF AN POTENZIELLE KUNDEN

■ Effektiv ■ Nicht effektiv

### Telefonisch

### Gedruckte Broschüre/Katalog

### Zufällige Begegnungen

Europa 31% 28%

Europa 39% 25%

Europa 24% 34%

Spanien 40% 23%

Slowakei 61% 14%

Spanien 41% 24%

Slowakei 35% 20%

Estland 48% 19%

Italien 35% 29%

Italien 35% 30%

Polen 46% 22%

Niederlande 31% 29%

Polen 34% 24%

Lettland 46% 18%

Deutschland 25% 34%

Litauen 33% 27%

Tschechien 44% 22%

Schweden 21% 29%

Lettland 33% 28%

Frankreich 37% 23%

Polen 20% 36%

Estland 32% 29%

Italien 36% 30%

Frankreich 19% 35%

Deutschland 31% 31%

Litauen 35% 29%

Slowakei 19% 31%

Tschechien 29% 24%

Deutschland 33% 28%

Lettland 18% 34%

Frankreich 23% 32%

Spanien 30% 30%

Estland 17% 38%

Niederlande 22% 35%

Schweden 25% 28%

Litauen 15% 38%

Schweden 21% 29%

Niederlande 18% 37%

Tschechien 14% 38%

### Empfehlungen/Mundpropaganda

### Klopfen an Türen

Europa 71% 7%

Europa 9% 45%

Spanien 80% 6%

Italien 17% 47%

Italien 76% 6%

Deutschland 12% 49%

Deutschland 76% 6%

Spanien 11% 46%

Litauen 74% 5%

Polen 9% 42%

Tschechien 72% 5%

Slowakei 9% 40%

Niederlande 72% 7%

Niederlande 8% 47%

Estland 72% 8%

Tschechien 7% 47%

Lettland 71% 5%

Frankreich 5% 43%

Frankreich 70% 7%

Litauen 4% 52%

Slowakei 68% 6%

Lettland 3% 52%

Polen 64% 10%

Estland 3% 56%

Schweden 57% 10%

Schweden 2% 41%



# DEUTSCHLAND

## DURCH DEN DIREKTVERTRIEB ERWORBENE FÄHIGKEITEN UND FERTIGKEITEN

■ Ich stimme zu

■ Ich stimme nicht zu

Ich habe durch den Direktvertrieb mehr als nur Geld gewonnen

Hat meine zwischenmenschlichen Fähigkeiten verbessert

Hat mein Selbstwertgefühl und mein Selbstvertrauen verbessert

Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu
Europa	77%	7%	Europa	77%	6%	Europa	74%	8%
Spanien	88%	4%	Spanien	88%	4%	Spanien	87%	5%
Niederlande	87%	2%	Italien	87%	3%	Frankreich	84%	4%
Italien	80%	7%	Niederlande	86%	4%	Italien	83%	5%
Deutschland	80%	5%	Frankreich	83%	3%	Niederlande	82%	4%
Frankreich	78%	8%	Deutschland	78%	6%	Deutschland	74%	8%
Estland	74%	8%	Estland	75%	6%	Estland	71%	11%
Tschechien	73%	6%	Polen	71%	9%	Litauen	68%	8%
Schweden	73%	7%	Litauen	69%	7%	Polen	66%	11%
Slowakei	72%	10%	Tschechien	65%	6%	Tschechien	64%	8%
Litauen	72%	7%	Slowakei	65%	10%	Slowakei	64%	13%
Polen	71%	10%	Schweden	61%	9%	Schweden	62%	12%
Lettland	65%	10%	Lettland	59%	11%	Lettland	57%	12%

Hat mir geholfen, meine Geschäfts-/Verkaufsfähigkeiten zu verbessern

Hat meine Fähigkeit verbessert, in/mit einem Team zu arbeiten

Hat meine Lebensqualität insgesamt verbessert

Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu	Land	Ich stimme zu	Ich stimme nicht zu
Europa	72%	7%	Europa	65%	10%	Europa	64%	11%
Spanien	85%	4%	Spanien	84%	4%	Niederlande	78%	4%
Italien	83%	4%	Italien	80%	5%	Spanien	77%	7%
Niederlande	81%	4%	Niederlande	69%	8%	Italien	73%	8%
Frankreich	77%	5%	Frankreich	67%	8%	Frankreich	69%	8%
Deutschland	74%	7%	Estland	65%	10%	Litauen	67%	9%
Estland	69%	7%	Deutschland	62%	11%	Deutschland	66%	9%
Polen	65%	10%	Litauen	62%	8%	Estland	65%	10%
Litauen	62%	9%	Polen	60%	12%	Tschechien	62%	9%
Tschechien	62%	9%	Schweden	57%	12%	Slowakei	58%	16%
Slowakei	62%	12%	Tschechien	55%	10%	Schweden	56%	14%
Schweden	57%	11%	Slowakei	52%	16%	Lettland	56%	12%
Lettland	53%	13%	Lettland	49%	14%	Polen	53%	17%





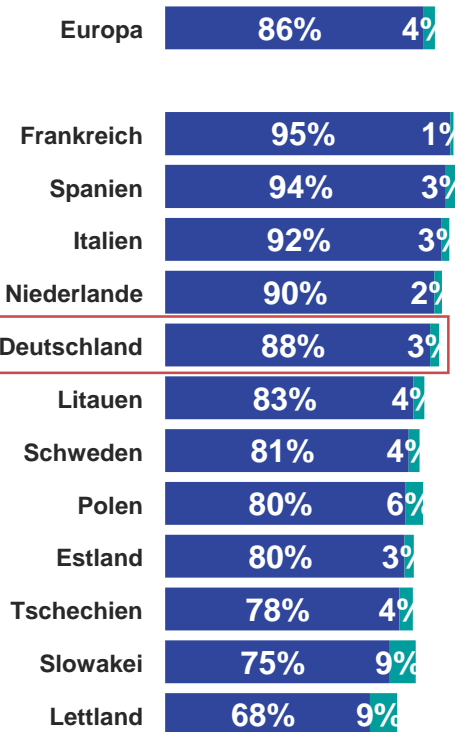
# DEUTSCHLAND

## ANDERE MÖGLICHKEITEN, DIE SICH AUS DEM DIREKTVERTRIEB ERGEBEN

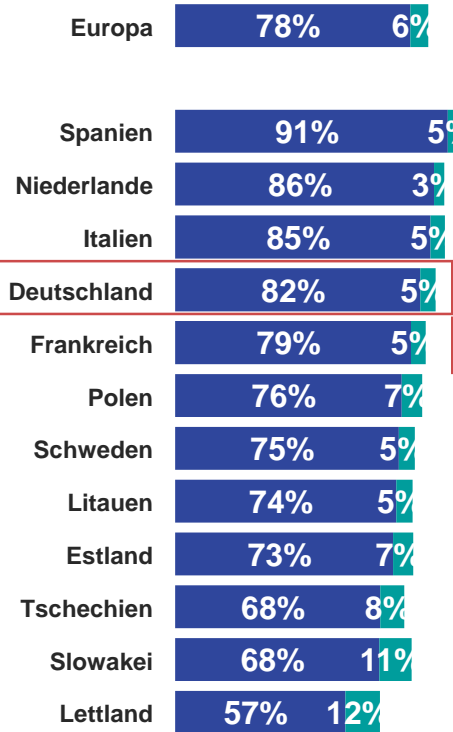
■ Ich stimme zu

■ Ich stimme nicht zu

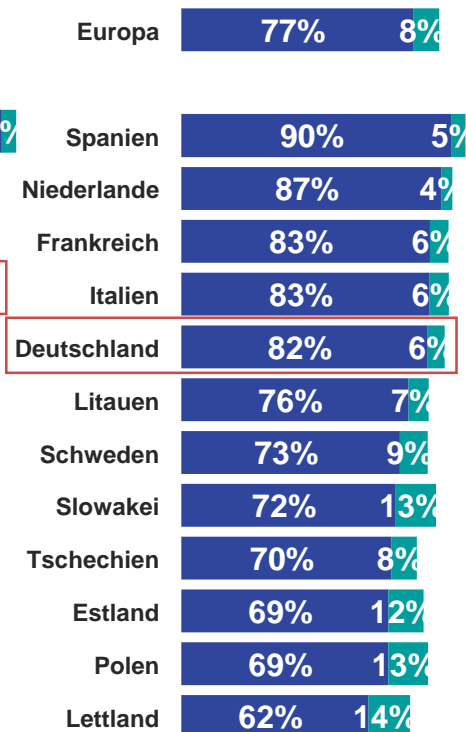
Ermöglicht es mir, neue Leute kennenzulernen



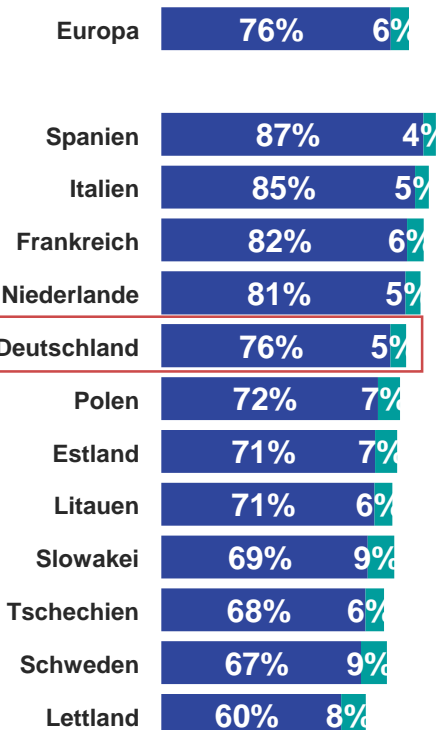
Bietet mir die Möglichkeit, mein eigener Chef zu sein



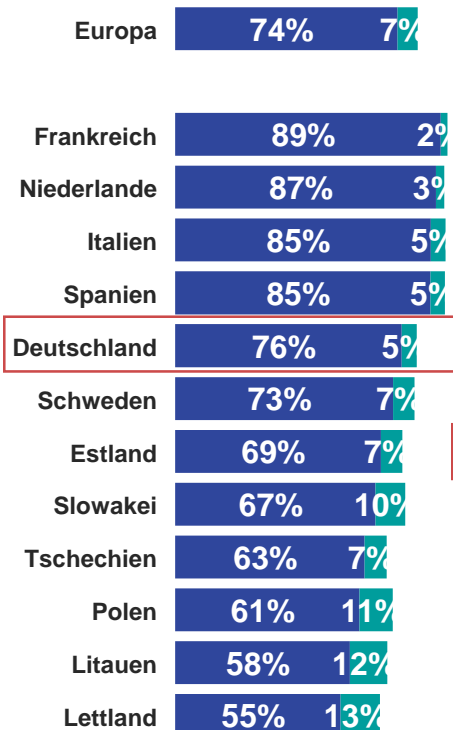
Ist eine gute Möglichkeit, ein zusätzliches Einkommen zu erzielen



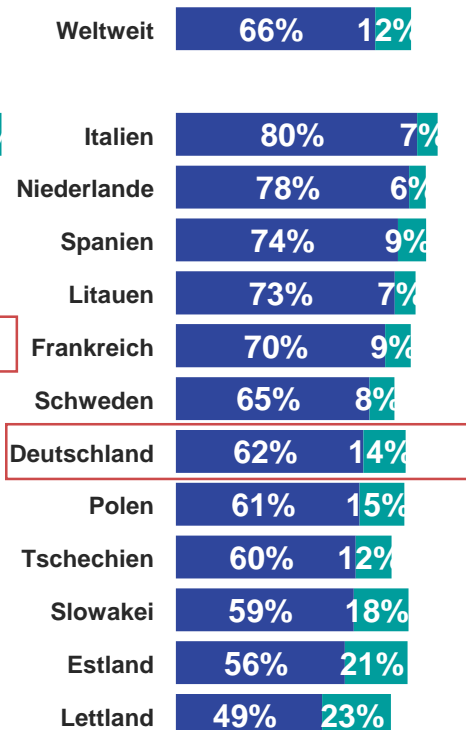
Verschafft mir Zufriedenheit



Ist eine erfüllende Tätigkeit



Erfordert eine Menge harter Arbeit





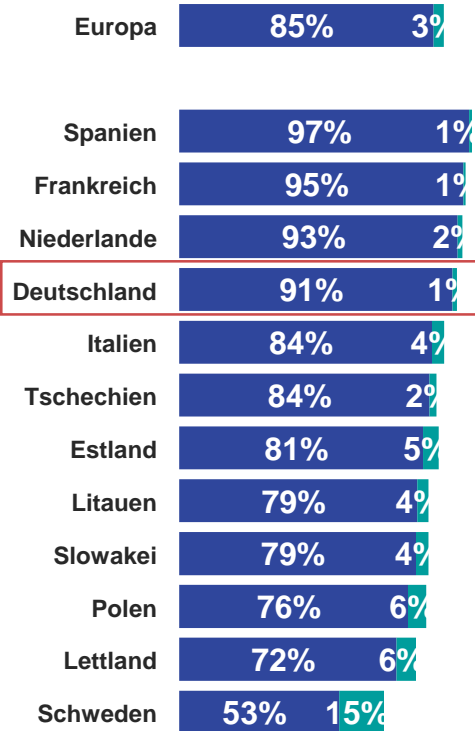
# DEUTSCHLAND

## VERBUNDENHEIT MIT PRODUKTEN, DIENSTLEISTUNGEN UND MARKEN

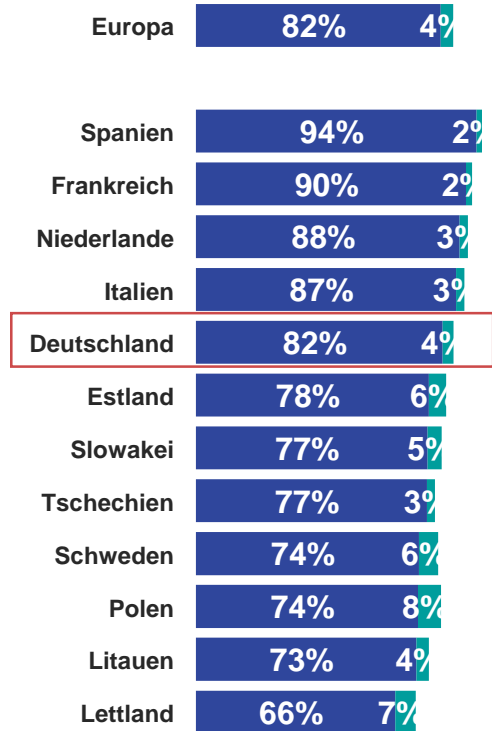
■ Ich stimme zu

■ Ich stimme nicht zu

Ich fühle mich mit den Produkten/Dienstleistungen, die ich verkaufe, persönlich verbunden



Ich fühle mich mit den Markenwerten/dem Unternehmenszweck persönlich verbunden



Ich bin im Direktvertrieb für die angebotenen Produkte/Dienstleistungen tätig

