

Direktvertrieb kann auch sexy sein

22.10.2008, 13:58 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.*

Berlin, den 21. Oktober 2008 – Mit PepperParties, TommyKlein und Green House hat der Bundesverband Direktvertrieb auf seiner Mitgliederversammlung in Nürnberg drei neue Mitgliedsunternehmen aufgenommen, die mit ihren Produkten und Leistungen ganz besondere Akzente setzen: Während PepperParties auf seinen ausschließlich von Frauen veranstalteten Verkaufspartys Erotikspielzeug und sexy Dessous verkauft, bietet TommyKlein exklusive Maßmode für Damen und Herren an. Auch bei Green House of Scandinavia, dem Damenmode-Spezialisten aus Dänemark, stehen hochwertige Textilien im Mittelpunkt.

„Wir freuen uns, dass wir durch die Aufnahme drei neuer Unternehmen einmal mehr zeigen können, wie breit der Direktvertrieb inzwischen aufgestellt ist und wie viele verschiedene Produkte auf diese Weise angeboten werden“, sagte Rolf- Christian Schommers, der neu gewählte Vorstandsvorsitzende des Bundesverbandes.

PepperParties richtet sich ausschließlich an Frauen und verkauft auf privaten Homepartys Produkte aus den Segmenten Hilfsmittel, Wäsche, Kosmetika, Massage- und Pflegemittel sowie Scherzartikel. Zugleich bietet PepperParties Frauen die Möglichkeit, sich mit einem erprobten Konzept als Beraterin selbstständig zu machen. Das Unternehmen wurde 2005 in Köln gegründet und liefert über 3.000 Artikel namhafter Hersteller wie Orion, Beate Uhse, Joydivision und Fun Factory.

Green House steht für Trendmode in hoher Qualität zu vernünftigen Preisen. Jedes Jahr erscheinen vier abwechslungsreiche Kollektionen, ergänzt von Express-Kollektionen, Piper Herrenmode und der passenden MagicMoon Schmuckauswahl. Das vielseitige Sortiment, das von mehr als 1.200 selbständigen Modeberaterinnen vertrieben wird, ist in 12 Ländern erhältlich.

TommyKlein bietet hochwertige, maßgeschneiderte Damen- und Herrenanzüge, Sakkos, Hosen und Hemden an. Verarbeitung und Innenausstattung zeugen von hoher Schneiderkunst. Erstklassig geschulte Mitarbeiter beraten vor Ort mit reichhaltigen Stoff- und Schnittmustern. Der Kunde kann in entspannter Atmosphäre aus den vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten wählen und sein Lieblingskleidungsstück selbst kreieren.

Mit der Aufnahme der drei neuen Mitglieder ist die Zahl der im Bundesverband organisierten Unternehmen auf 37 gestiegen, wodurch der Verband seine Rolle als führender Branchenverband weiter ausgebaut hat. „Allein seit unserem Umzug von München nach Berlin im Jahr 2000 haben wir 18 neue Unternehmen aufgenommen“, so Geschäftsführer Wolfgang Bohle.

Der Bundesverband geht davon aus, dass es in Deutschland 100 bis 150 größere Direktvertriebsunternehmen gibt. Das von ihnen erzielte Umsatzvolumen beläuft sich laut Prognos auf über 8 Milliarden Euro, Tendenz steigend. Der Umsatz der vom Bundesverband organisierten Unternehmen hat sich seit den 90er Jahren von 1,2 auf rund zwei Milliarden Euro nahezu verdoppelt.

(3.199 Zeichen)

Portrait

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e. V.

Der Bundesverband Direktvertrieb ist der führende Branchenverband der deutschen Direktvertriebswirtschaft und vertritt seit 1967 die Interessen namhafter Direktvertriebsunternehmen des privaten Konsumgüter- und Dienstleistungsbereichs. Zu seinen Mitgliedern zählen so bekannte Unternehmen wie AMC, Avon, Bausparkasse Mainz, Deutsche Telekom, HEIM & HAUS, LichtBlick, Mary Kay, Tupperware, Vorwerk und Yello Strom. Die Mitgliedsunternehmen haben sich zur Einhaltung von Verhaltensstandards verpflichtet, die für ein faires Miteinander im Direktvertrieb sorgen.

News-ID: 253060 • Views: 2021 (Stand: 03.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/253060/Direktvertrieb-kann-auch-sexy-sein.html>