

Distributionswege für KMU - der Online Vertrieb

Wie Sie ihre Produkte entsprechend vertreiben

Durch den Einsatz des Internets zum Vertrieb von Produkten oder Leistungen hat sich ein großer Wandel vollzogen, der zu noch kosteneffizienteren und serviceorientierteren Prozessen führt. Ob sich ein Produkt erfolgreich am Markt absetzen lässt, hängt zu einem großen Teil auch vom gewählten Vertriebsweg ab. Um den richtigen Weg der Verteilung von Handelsgütern für das eigene Unternehmen zu wählen, ist es wichtig, Information über bestehende Distributionswege zu haben.

Direkte und indirekte Absatzwege

Werden zwischen dem Hersteller und seinem Kunden mehrere selbständige Absatzmittler zwischengeschaltet, spricht man von einem indirekten Absatzweg. Diese Form des Absatzweges ist für KMUs nur dann sinnvoll, wenn die Anzahl der Kunden sehr groß ist, die Kunden eine große geographische Streuung aufweisen, pro Einkauf nur kleine Mengen abgesetzt werden und ein großer Bedarf nach dem Produkt besteht.

Die direkte Distribution ist vorteilhaft bei Gütern mit einem hohen Wert, Transportempfindlichkeit, Verderblichkeit, kleinem Abnehmerkreis bzw. Produkten, die mit Serviceleistungen verbunden sind. Sie werden durch unternehmenseigene Absatzorgane (Niederlassungen, Reisende Mitarbeiter), im Katalog oder im Internet angeboten und dem Kunden per Post zugestellt.

Online-Vertrieb

Viele Unternehmen vertreiben ihre Produkte immer häufiger über das Internet. Es bietet für Händler und Hersteller ein noch nie dagewesenes Absatzpotential. Auch Unternehmen die ihren Vertrieb noch traditionell abwickeln, verfügen meistens über eine Homepage, auf der der Kunde einen Überblick über das Unternehmen und dessen Leistungen hat. Die Nutzeranzahl des Internets wächst kontinuierlich, da der Kunde durch das Internet Waren rund um die Uhr bestellen, Preise der Hersteller vergleichen und wichtige Informationen über Produkte einholen kann.

Vorteile:

- Schnelle Auftragsabwicklung
- Geringe Kosten: keine Filialen - nur ein Zentrallager, keine Zwischenhändler notwendig, Werbung mittels Newsletter oder über soziale Medien.
- Geringerer Kundenpreis, da Kosten des Verkäufers geringer.
- Bestellung rund um die Uhr möglich
- Direktkontakt zum Kunden

Nachteile:

- Sehr starker Wettbewerb
- Keine Laufkundschaft
- Bei geringem Bestellwert können im Vergleich erhebliche Versandkosten anfallen.
- Sicherheitsbedenken der Kunden bei Online Bestellungen
- Nicht für alle Produkte möglich oder sinnvoll

Vor dem Einstieg in den Online-Vertrieb oder dem Aufbau eines eigenen Onlineshops ist es notwendig, eine Zielgruppenanalyse durchzuführen, um zu erfahren, ob die Produkte eine reelle Chance im Onlinevertrieb haben. Neben der Auswahl der Akquisitorischen Distribution (Absatzwege) spielt auch die physische Distribution eine wichtige Rolle (Logistik). Da beim Online Vertrieb die Beziehung mit dem Endkunden im Vordergrund steht, stellt dies veränderte Anforderungen an die Logistik dar. Die Kunden müssen direkt beliefert werden, auch bei kleinen Bestellmengen. Die Nachfrage ist schwankend und das Volumen pro Bestellung oft nur gering. Die Ansprüche der Kunden sind jedoch sehr hoch, wie Rückgabemöglichkeit mit „Geld-Zurück-Garantie“, Haftung für beschädigte Produkte, kostengünstige und zuverlässige Lieferung. Es zahlt sich deshalb aus kompetente Logistikanbieter für das Lieferservice auszuwählen.

In Österreich stellt der Onlinevertrieb einen ergänzenden Vertriebskanal im Ausmaß von ungefähr 20% neben anderen Absatzwegen dar. Er ist für Unternehmen ein Geschäftsmodell, das nicht mehr wegzudenken ist, da es zusätzliche Zielgruppen erreicht. Im Tourismus und im Versicherungswesen sowie im Handel ist der Onlinevertrieb de facto unverzichtbar geworden.

Stand: 04.07.2017