



Artikel aus DIE WELT vom 28. August 2006 - <http://www.welt.de/data/2006/08/28/1013282.html>

Studie: Mittelständler vernachlässigen den Vertrieb

Düsseldorf - Ein Großteil der mittelständischen Unternehmen in Deutschland hat einen ineffizienten und unstrukturierten Vertrieb. Das ist das Ergebnis einer Untersuchung der Düsseldorfer Beratungsgesellschaft RölfsPartner Management Consultants.

„Im Vertrieb werden erhebliche Gewinnpotenziale verschenkt“, sagt Christoph Havermann, Manager bei RölfsPartner und Leiter der Abteilung Marketing und Vertrieb. Insbesondere in inhabergeführten Unternehmen werde die Vertriebsarbeit selten kritisch überprüft.

Dem Berater zufolge sollten Mittelständler nicht nur wie zuletzt üblich auf die Optimierung von Unternehmensbereichen wie Produktion, Einkauf oder Forschung & Entwicklung achten, sondern auch den eigenen Vertrieb kritisch hinterfragen. „Ein strukturierter Vertrieb kann die Gewinne der mittelständischen Unternehmen binnen zwei Jahren um 15 bis 20 Prozent steigern“, sagt Klaus Martin Fischer, Mitglied der Geschäftsleitung von RölfsPartner

Die größten Defizite sehen die Berater im falschen Umgang mit Kunden. „Viele Unternehmen kennen ihren Stellenwert beim Kunden nicht und können deshalb auch keine passgenauen Angebote abgeben“, sagt Fischer. So gehen die Offerten oft am Bedarf vorbei und werde Zeit für unattraktive Kunden verschenkt. Auch die Qualität der Vertriebsmitarbeiter genüge häufig nicht den Ansprüchen.

Stellschrauben zur Steigerung der Unternehmensgewinne sind laut RölfsPartner unter anderem eine klare Unterscheidung der Kunden nach Größe und Relevanz. Zudem müsse auf eine eindeutige Preisgestaltung geachtet werden, da der Untersuchung zufolge ins

besondere bei den Preisen Einnahmen verschenkt werden. Effektive Preise - gemeint ist eine selektive Preiserhöhung bei Produkten, die es aufgrund ihrer Wichtigkeit verkraften können - sind laut Untersuchung wirksamer als jedes Kostenmanagement, *cadi*