

Unternehmensinterne Distributionsorgane

Bei der unternehmensinternen Distribution kommt die Gewinnung und organisatorische Abwicklung von Aufträgen der Verkaufsabteilung eines Unternehmens zu. Die wesentlichen unternehmensinternen Distributionsorgane sind die Mitglieder der Geschäftsleitung, Verkäufer und Aussendienstpersonal sowie Verkaufsniederlassungen:

Tab. 102

Distributionsorgan	Erklärung	Beispiele
Mitglieder der Geschäftsleitung	Bei dieser Art des Absatzes pflegt die Geschäftsleitung einen persönlichen Kontakt zu ihren Grosskunden und stellt diesen selbst die neusten Produkte oder Dienstleistungen vor.	Textil- und Bekleidungsindustrie, wo Geschäftsleitungsmitglieder selbst ihre neusten Kollektionen präsentieren.
Verkäufer, Aussendienstpersonal	Diese Distributionsorgane sind vom jeweiligen Unternehmen angestellt und auch dessen Regeln und Pflichten unterworfen. Solche Verkäufer besuchen ihre Kunden regelmässig und beziehen dafür einen festen Lohn und teilweise auch eine umsatzabhängige Provision.	Versicherungen, Tupperware
Verkaufsniederlassung	Diese Form wird vor allem von Grossunternehmen gewählt, wobei eigene Niederlassungen gegründet und geführt werden, welche beispielsweise für Kundenberatungen, Verkaufsabschlüsse und Auslieferung aus eigenen Lagern zuständig sind.	Modebranche, Dienstleistungssektor

Beispiel Tupperware-Partys

Der Absatz von Tupperware-Produkten über unternehmensfremde Geschäfte funktionierte nicht, da diese Geschäfte die Funktionen und Verwendungsmöglichkeiten der Produkte nicht einleuchtend demonstrieren konnten. Aus diesem Grund wurde das „Heimvorführungssystem“ für Tupperware-Produkte entwickelt. Seitdem werden Tupperware-Produkte ausschliesslich über selbstständige Berater/-innen vorgeführt und angeboten. Heute werden die 1000 verschiedenen Produkte von Tupperware in mehr als 100 Ländern von mehr als einer Million Berater/-innen durch das einzigartige Partysystem vertrieben.

Abb. 180

