

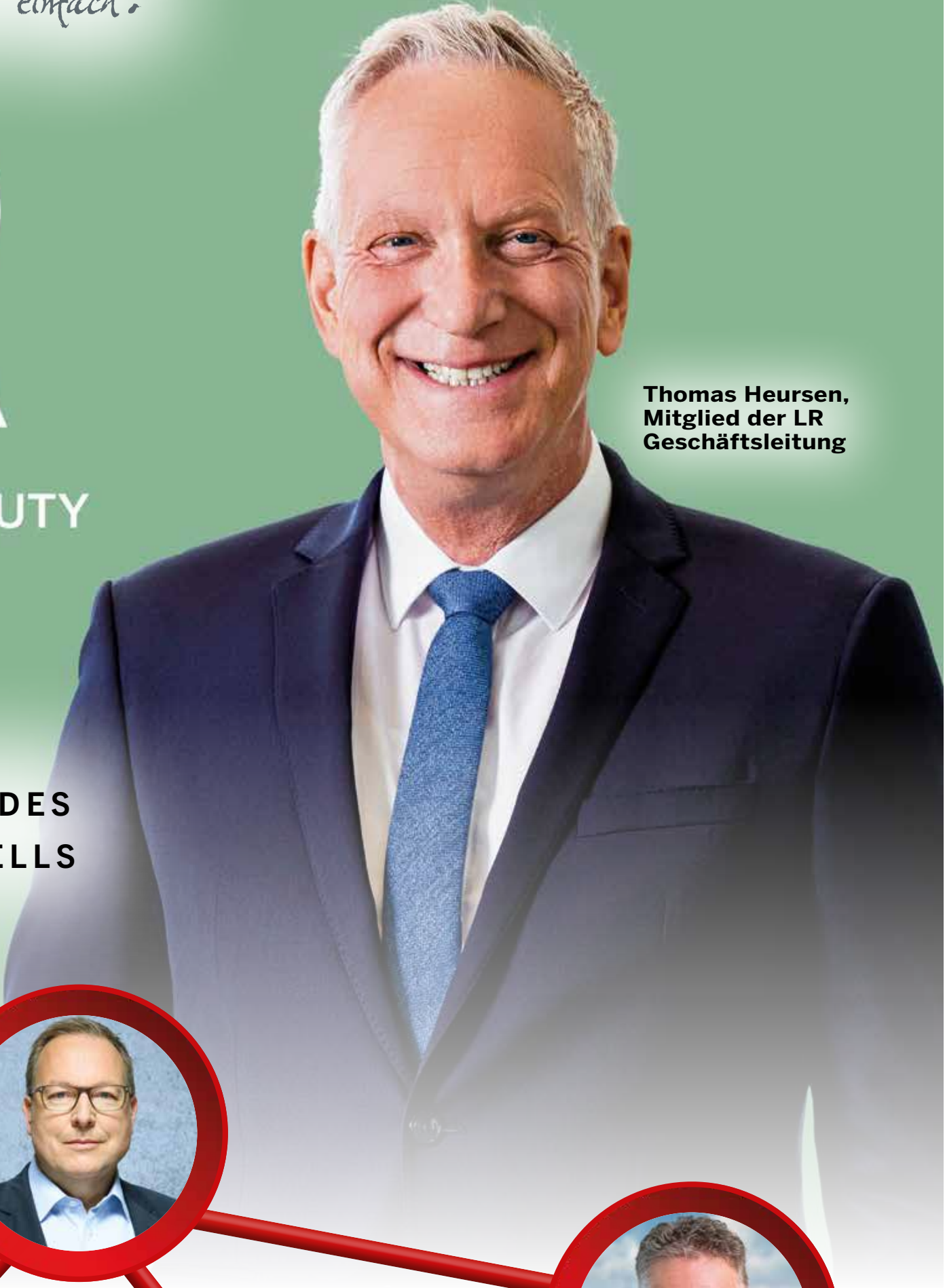
NETWORK-KARRIERE

20 JAHRE EUROPAS WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DEN DIREKTVERTRIEB

Initiative 20
Nebentätigkeit 25 | *nach es einfach!*

LR

HEALTH & BEAUTY



Thomas Heursen,
Mitglied der LR
Geschäftsleitung

NEUAUSRICHTUNG DES LR VERDIENSTMODELLS



Dr. Thomas Stoffmehl
Vorwerk kündigt neuen
Thermomix TM 7 an



Rolf Sorg
PM-International
investiert 22 Mio. US \$
in US-Infrastruktur



Mohammad Vatandoust
CEO Health Notion,
Revolutionierung des MLM



Markus Miller
Kryptorecht-Experten-Interview
mit SBS-Legal



NETWORK-
KARRIERE
VERBINDET

DIE WELLE DER KONSOLIDIERUNG IM DIREKTVERTRIEB

Die Direktvertriebsbranche erlebt eine noch nie dagewesene Konsolidierungswelle. Überall auf der Welt schließen sich Unternehmen zusammen, fusionieren und übernehmen einander, um wettbewerbsfähig zu bleiben, ihr Produktangebot zu erweitern und ihre Abläufe zu rationalisieren. Die Beweggründe für diese Fusionen sind unterschiedlich, je nachdem, ob ein Unternehmen übernommen wird oder der Erwerber ist, aber das Endziel bleibt dasselbe: die Marktposition zu stärken und das Wachstum zu fördern. Während einige Fusionen zu den größten Unternehmen der Branche führen, scheitern andere aufgrund kultureller und betrieblicher Unstimmigkeiten.

Für viele Unternehmen, die übernommen werden, sind Fusionen ein Rettungsanker. Finanzielle Schwierigkeiten zwingen kleinere oder angeschlagene Direktvertriebsunternehmen häufig dazu, sich um eine Übernahme durch größere, stabilere Unternehmen zu bemühen. Steigende Betriebskosten, sinkende Einnahmen oder sich ändernde Markttrends können das Überleben unabhängiger Unternehmen erschweren. Durch eine Übernahme können sie sich stabilisieren und sicherstellen, dass ihre Vertriebspartner ihre Arbeit ohne Unterbrechung fortsetzen können.

Ein weiterer häufiger Grund für eine Übernahme ist der Eintritt in den Ruhestand der Firmeninhaber. Viele Direktvertriebsunternehmen wurden vor Jahrzehnten von visionären Unternehmern gegründet, die loyale Vertriebsnetze und starke Marken aufgebaut haben. Wenn diese Gründer jedoch das Rentenalter erreichen, haben sie oft Schwierigkeiten, das Unternehmen an Familienmitglieder oder interne Nachfolger weiterzugeben. Eine Übernahme durch ein grö-

ßeres Unternehmen stellt sicher, dass die Firma weitergeführt wird und bietet gleichzeitig finanzielle Sicherheit für den scheidenden Eigentümer.

Neben der finanziellen Entlastung und der Nachfolgeplanung profitieren übernommene Unternehmen auch von einer verbesserten Infrastruktur. Größere Unternehmen bieten überlegene Back-Office-Unterstützung, straffe Lieferketten und umfangreiche Lagerkapazitäten, die kleineren Firmen möglicherweise fehlen. Dieser Zugang zu erweiterten betrieblichen Ressourcen ermöglicht einen besseren Service, schnellere Lieferungen und eine höhere Gesamteffizienz.

Aus Sicht des übernehmenden Unternehmens sind Fusionen strategische Schritte, um die Produktpalette zu erweitern, die Konkurrenz auszuschalten und eine dominierende Kraft in der Branche zu werden. Durch die Integration ergänzender Produktlinien des übernommenen Unternehmens können sie ihre Marktattraktivität steigern und Kunden wie Händlern eine größere Auswahl bieten.

Ein weiterer wichtiger Vorteil von Übernahmen ist die Verringerung des Wettbewerbs. Wenn ein großes Unternehmen einen kleineren Konkurrenten übernimmt, konsolidiert es seinen Marktanteil und verringert die Zahl der konkurrierenden Unternehmen, die um die gleiche Zielgruppe kämpfen. Dies stärkt nicht nur den Einfluss des Unternehmens, sondern stabilisiert auch die Preisgestaltung und die Markttrends.

Einer der vielleicht überzeugendsten Gründe für Übernahmen im Direktvertrieb ist die Möglichkeit, das Vertriebsnetz zu erweitern. Der Direktvertrieb lebt von einem starken Netz

von Händlern und Markenbotschaftern. Durch die Übernahme eines anderen Unternehmens erhält das kaufende Unternehmen sofortigen Zugang zu einem erweiterten Vertriebsnetz, was eine schnelle Marktdurchdringung und höhere Einnahmen ermöglicht. Mehr Vertriebshändler bedeuten mehr Reichweite, und mehr Reichweite bedeutet größeren Einfluss auf den Direktvertriebskanal.

Erfolgreiche Fusionen in der Direktvertriebsbranche zeigen das Potenzial dieser strategischen Schritte. Ein klassisches Beispiel ist die Übernahme von Nutrilite durch Amway. Vor der Übernahme war Nutrilite zwar eine starke Marke, aber ihre Reichweite war begrenzt. Das globale Netzwerk und die Vertriebskraft von Amway katapultierten Nutrilite in neue Höhen und machten es zur weltweit führenden Marke für Nahrungsergänzungsmittel in Bezug auf Umsatz und Reichweite. Dies ist ein Beispiel für eine gut durchgeführte Übernahme, bei der beide Unternehmen von der Integration profitiert haben.

Doch nicht alle Fusionen verlaufen nach Plan. Kulturelle Unterschiede und betriebliche Unstimmigkeiten können zu gescheiterten Integrationen führen.

Ein Beispiel dafür ist die Übernahme von Rexall Sundown durch Royal Numico. Royal Numico, ein Unternehmen für medizinische Lebensmittel, stieg in den Direktvertrieb ein, ohne das Geschäftsmodell vollständig zu verstehen. Die Vertriebshändler von Rexall vermarkteten die Marke Royal Numico, was zu Konflikten mit traditionellen Kunden wie Apotheken führte. Die Diskrepanz zwischen den Geschäftsmodellen und den Erwartungen der Vertriebshändler führte

zu einer turbulenten Fusion, bei der die angestrebten Ziele nicht erreicht wurden.

Für eine erfolgreiche Fusion müssen Unternehmen proaktive Schritte unternehmen, um die Kulturen anzugleichen, klar zu kommunizieren und Übergänge effektiv zu gestalten. Die Durchführung eines kulturellen Audits vor der Fusion kann dabei helfen, potenzielle Herausforderungen bei der Anpassung zu identifizieren. Kommunikation ist von entscheidender Bedeutung: Vertriebshändler und Außendienstmitarbeiter müssen verstehen, warum die Fusion stattfindet und wie sie davon profitieren. Die Einbeziehung der wichtigsten Vertriebspartner in die Entscheidungsfindung sorgt für eine reibungslosere Integration und die Zustimmung des Vertriebsnetzes. Die Wahrung alter Traditionen trägt dazu bei, die Loyalität der bestehenden Vertriebshändler zu erhalten und gleichzeitig eine schritt-

weise Anpassung zu ermöglichen. Schließlich wird durch Investitionen in Schulungs- und Einführungsprogramme sichergestellt, dass die Vertriebspartner für die Arbeit im neuen System gut gerüstet sind.

Da die Konsolidierung in der Direktvertriebsbranche weiter voranschreitet, müssen die Unternehmen der strategischen Planung und der kulturellen Integration Vorrang einräumen. Mit dem richtigen Ansatz können Fusionen Unternehmen verändern und stärkere, wettbewerbsfähigere Einheiten schaffen. Wenn sie gut durchgeführt werden, bewahren sie nicht nur das Erbe der übernommenen Unternehmen, sondern eröffnen auch neue Möglichkeiten für Wachstum und Marktdominanz. Die Zukunft des Direktvertriebs wird zweifellos von diesen Konsolidierungen geprägt sein, weshalb es für die Unternehmen von entscheidender Bedeutung ist, sie klug zu steuern.



Peter J.E. Verdegem, Ph.D., MBA

Dr. Peter Verdegem ist eine bekannte Führungskraft im Direktvertrieb. Er hat in verschiedenen Rollen und Ländern gearbeitet und hat den Antrieb, den Direktvertrieb unternehmensunabhängig insgesamt voranzubringen. Dr. Verdegem bringt unternehmerische und strategische Einblicke und ist ein Förderer individueller Erfolgsgeschichten von Vertriebspartnern.

Email: peter@peterverdegem.com
Phone USA: +1 561 450 4145

Phone EU: +358 44 236 5701

WER MACHT WAS IM DIREKTVERTRIEB?



Jeden Monat wissen was im Direktvertrieb läuft

www.network-karriere.com
www.initiative-nebentaetigkeit.de