



Marketing - Gestaltung und Realisierung

Vertriebspolitik: Vertriebswege

Grundsätzlich unterscheidet man zwei Vertriebswege:

- indirekt und
- direkt

1. Direkter Vertriebsweg (Direktvertrieb)

Beim direkten Vertriebsweg gelangt das Produkt direkt vom Hersteller/Verein zum Kunden/Mitglied. Dem Verein gelingt dieser Direktvertrieb in der Regel durch seine Einrichtung und seine Mitarbeiter.

Die Dienstleistungen eines Vereins repräsentieren hierbei eine Sonderrolle, da es sich nicht nur um einen direkten Vertriebsweg handelt, sondern der Kunde auch noch bei dem "Erstellungsprozess der Dienstleistung" dabei ist. Beispiel: Der Übungsleiter gibt eine Gymnastikstunde.

Was bedeutet dies für den Verein?

Die Situation, dass der Sportler beim Erstellungsprozess der Dienstleistung dabei ist, ergibt sich automatisch und wird deshalb in den wenigsten Fällen betrachtet. Die Konsequenz daraus ist aber, dass Korrekturen der Dienstleistungen nicht mehr möglich sind, lediglich Verbesserungen im Nachhinein. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn eine Trainingsstunde vom (potenziellen) Mitglied als negativ empfunden wurde. Korrigieren lässt sich hier wenig. In vielen Fällen nehmen weder Übungsleiter noch Vereinsführung diese Unzufriedenheit wahr. Häufen sich diese Erfahrungen, hegt ein Mitglied möglicherweise Abwanderungsgründe, die der Verein vielleicht nie erfahren wird.

Eine Lösung für diese Problematik liegt sicherlich in einem systematischen und gewünschten Beschwerdemanagement.

2. Indirekter Vertriebsweg (Indirekter Vertrieb)

Beim indirekten Vertriebsweg sind zwischen dem Hersteller und den Endkonsumenten eine oder mehrere Stufen dazwischengeschaltet, wie etwa der Einzelhandel, Verkäufer oder Agenturen. Diese Art des Vertriebsweges scheidet bei Dienstleistungen aus.