Das Verschwinden der Verkäufer


Text: Prof. Dr. Klaus Brandmeyer


Der Vertrieb mutiert seinerseits zum Einkäufer von Regal- und Aktionsflächen. Die Verhandlung dreht sich um die Frage, was ein Hersteller für diese so genannten »Händlerleistungen« zu zahlen bereit ist. Selten trifft man noch auf Vertreter der Markenartikelindustrie in den Märkten. Denn der Handel verbitte sich inzwischen diese Besuche: ja, hat sogar generelle Zutrittsverbote erteilt. Nur wenige Marken gibt es, mit denen die Händler so nicht umspringen. Denn diese verfügen noch über einen echten Außendienst, der in die Supermärkte geht und nach der Ware schaut, die Platzierung überprüft, Out of Stocks entdeckt und Ware nachfüllt, mitunter auch eine kaputte Packung gegen eine schöne, neue austauscht, und mit dem Marktpersonal ein paar Worte wechselt. Diese Repräsentanten stehen in einer würdigen Tradition: Selbst bei privaten Anlässen versäumt es dieser Typus nicht, rasch einen Flyer aus der Jackettstasche zu ziehen und sein Produkt zu preisen. Er hat nicht vergessen, dass die ganze Firma vom Verkaufen lebt.