

Management Vertrieb - Praxisbeispiel „Vertriebsexpansion“

Vom regionalen Anbieter zum globalen Player - Umsatz von 75 Mio € auf 235 Mio € in 4 Jahren

Als Vertriebs-Manager mit Prokura habe ich 2004 bis 2008 drei Verkaufsbereiche mit 22 Mitarbeitern geleitet und durch konsequente Internationalisierung, Portfolio-Optimierung, Gründung eines neuen Geschäftsfeldes und Aufbau von Absatzmittlern nachhaltiges, profitables Wachstum ermöglicht.

Key Metrics (KPI-Box)

■ Zeitraum:	2004 → 2008
■ Umsatz p.a.:	€75Mio → €235Mio
■ Gesamtwachstum:	+€160Mio (+213%)
■ Durchschnittswachstum (CAGR):	~ 33 % p.a.
■ Ebit:	€6Mio → €31Mio (+417%)
■ Teamführung:	22 Mitarbeiter in 3 Verkaufsbereichen
■ Vertriebskanäle:	Aufbau von Distributoren, Agenten & Direktvertrieb

Herausforderung

2004 war das Unternehmen ein regionaler Anbieter mit begrenzter Internationalisierung und einem historisch gewachsenen Produktmix.

Ziel: globale Marktpositionierung und profitables Wachstum, auch in neue Geschäftsfelder.

Mein Mandat

Mandat als Vertriebsdirektor/Hauptbereichsleiter in Festanstellung mit Prokura,
(Dauer: 01/2004 – 12/2008): Verantwortlich für Strategie und operatives Wachstum.

Ansatz / Maßnahmen

- Internationale Markterschließung und Aufbau von Distributor-/Agentennetzwerken.
- Multi-Channel-Vertrieb (Direkt, Agenten, Distributoren mit und ohne Lagerhaltung).
- Fokus auf margenstarke Produkte.
- Nutzung globaler Netzwerke und Aufbau „Erneuerbare Energien“ (Business Development).

Ergebnis

Innerhalb von 4 Jahren wuchs der Umsatz von **€75Mio auf €235Mio** – damit stieg das Ebit von **€6Mio auf €31Mio**. Die Transformation machte das Unternehmen zum Marktführer in einigen Produktsegmenten und zu einem anerkannten Global Player.

Kontakt

Möchten Sie wissen, wie ähnliche Hebel in Ihrem Unternehmen wirken können?

