

Pressemitteilung

Kurzstudie „Graumarkthandel 2006“ zeigt: Schaden durch Graumarkthandel fast so hoch wie durch Markenpiraterie und Plagiate

Markenartikel plötzlich zu Schleuderpreisen auf dem Grabbeltisch oder im Internet – ganz legal, aber ein Albtraum für die Hersteller.

Von Graumarkthandel spricht man, wenn Produkte ihren vom Hersteller vorgesehenen Vertriebsweg verlassen. Egal ob international in Form von Parallel-, Quer- oder Re-Importen oder aber zwischen Vertriebskanälen.

Die Schäden für den Verbraucher bewegen sich von ärgerlich, wenn etwa die Gebrauchsanleitung fehlt oder das Netzteil nicht für die heimische Stromspannung geeignet ist, bis gefährlich, weil die graue Ware mit Fälschungen vermischt ist, die Normen und Sicherheitsvorschriften nicht entspricht. Betroffen sind Produkte aus fast allen Branchen: Luxusartikel, wie hochwertige Armbanduhren und Parfums werden ebenso grau gehandelt, wie Produkte der Unterhaltungselektronik. Aber auch Autoersatzteile, Kugellager und Markenmöbel sind ins Visier der Graumarkthändler gekommen.

Der Verkauf von Produkten außerhalb der autorisierten Vertriebswege schadet den Unternehmen fast genauso stark wie Markenpiraterie. Zu diesem Ergebnis kommt die Kurz-Studie „Graumarkthandel 2006“ der Hamburger Unternehmensberatung MSU Consulting GmbH. Danach schätzen die Hersteller, dass für sie jährlich durchschnittlich ein Schaden von rund 15 Millionen Euro durch Graumarkthandel entsteht. Er liegt damit nur knapp unter dem durchschnittlichen Schaden durch Produktfälschungen von 16,3 Millionen Euro pro Jahr. Nicht enthalten in diesem Wert: Die Image-Schäden, die durch die plötzlichen Discount-Preise und den Verkauf bei nicht autorisierten Händlern entstehen.

Allerdings: Das Graumarkt-Problem ist hausgemacht. Die Unternehmen selbst schaffen die Anreize für Abzocker – zu umsatzgläubig sind sie bisher, zu willkürlich sind ihre Preis- und Konditionensysteme. Oft historisch gewachsen, fehlt eine systematischen Berücksichtigung der Charakteristika verschiedener Vertriebskanäle und Länder.

Dabei spielt besonders der Preis eine Schlüsselrolle, wie die Studie zeigt. So lohnt sich nach Unternehmensangaben für die Händler das Verschieben von Waren erst ab einem Preisunterschied von etwa fünf Prozent. Darunter sind die Arbitrage-Kosten zu hoch. Und auch der Endkunde greift nur zu, wenn die angebotene Ware gleichzeitig günstiger als gewohnt und risikoarm ist. Erklärungsbedürftige und teure Produkte werden erst gekauft, wenn der



MSU Consulting GmbH
Management-Beratung für
Strategie und Umsetzung,
Hamburg

Mittelweg 118
D-20148 Hamburg
Tel.: +49 40 325819-0
Fax: +49 40 325819-98
eMail: s.praefcke@m-s-u.de
Web: www.m-s-u.de

Preisunterschied mindestens 20 Prozent beträgt, haben die beteiligten Unternehmen in der Befragung durch MSU Consulting GmbH erklärt.

So ist es kein Wunder, dass Preisharmonisierung und mehr Koordination im Vertrieb häufig als wirkungsvolle Instrumente gegen Graumarkthandel genannt werden. Nur – die Unternehmen wenden sie nicht konsequent an: „Bei unseren Recherchen haben wir festgestellt, dass viele Hersteller nicht recht wissen, wie sie gegen den Graumarkthandel konkret vorgehen sollen. Gerade das Thema Preisharmonisierung überfordert viele“, sagt Sebastian Praefcke, Leiter der Studie und Management Consultant bei MSU Consulting. Dabei drängt die Zeit: In der Studie rechnen über 60 Prozent der Unternehmen damit, dass der Handel mit Grauware wächst, bei Fälschungen prognostizieren nur gut 40 Prozent von ihnen einen Anstieg.

Die Studie kann bei Sebastian Praefcke (Tel. +49 40 325 819 45, s.praefcke@m-s-u.de) angefordert werden.

Kurzportrait MSU Consulting

MSU Consulting ist die umsetzungsorientierte Management-Beratung für Marketing und Vertrieb. Gegründet 1990, sind wir heute mit etwa 80 Beratern an den Standorten Hamburg und Bad Homburg tätig.

Wir verfügen über Erfahrung aus mehr als 250 erfolgreichen Projekten bei DAX-30-Unternehmen und weiteren namhaften Markenartiklern.

Unser Angebot umfasst die Konzepterstellung und verantwortliche Umsetzungsbegleitung aus einer Hand. Über 80% unserer Kunden beauftragen uns mit der Umsetzung der von uns entwickelten Konzepte.

Weitere Informationen und diese in elektronischer Pressemitteilung erhalten Sie bei: Sebastian Praefcke, Tel. +49 40 325 819 45



MSU Consulting GmbH
Management-Beratung für
Strategie und Umsetzung,
Hamburg

Mittelweg 118
D-20148 Hamburg
Tel.: +49 40 325819-0
Fax: +49 40 325819-98
eMail: s.praefcke@m-s-u.de
Web: www.m-s-u.de