

Zeitschrift: Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology

Herausgeber: Swisscom

Band: 77 (1999)

Heft: 11

Vorwort: Weniger Direktvertrieb

Autor: Gysling, Hannes

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 13.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Weniger Direktvertrieb

Telekommunikationsgeräte sollen im Jahr 2005 in Europa 32,54 Mia. US-\$ erwirtschaften. Im letzten Jahr lag der europäische Jahresumsatz noch bei 21,14 Mia. US-\$. Eine immer wichtigere Rolle bei diesem Umsatzwachstum spielt der Vertrieb über geeignete indirekte Kanäle wie Mehrwertdienstleister, so genannte Value Added Resellers, OEM-Lieferanten oder Systemintegratoren.

Grosse multinationale Unternehmen wie Ericsson und Lucent Technologies, die in vielen Marktsegmenten aktiv sind, wählen ihre Vertriebswege entsprechend ihren Produkten aus. Grosse Vermittlungsstellen etwa werden auf Grund der hohen Verkaufsanforderungen im Allgemeinen im Direktvertrieb verkauft, das heisst von den Vertriebsabteilungen der Hersteller direkt an Kunden wie Grossunternehmen oder staatliche Stellen. In ähnlicher Weise agieren einige der grösseren Hersteller wie Siemens häufig als ihre eigenen Systemintegratoren, anstatt Dritte einzusetzen. Dagegen wenden sich kleinere Unternehmen mit begrenzten Ressourcen, wie etwa AVT, für den Vertrieb in Europa an Systemintegratoren.

Die Telekommunikationsunternehmen gehen zunehmend von direkten zu indirekten Absatzwegen über, um Kosten zu senken. Direkte Absatzwege werden nur noch für Produkte des gehobenen Anwendungsbereiches und mit langer Lebensdauer gewählt. Die Direktvertriebskapazitäten werden auch dazu genutzt, Mehrwertdienstleister und Systemintegratoren zu unterstützen – die dynamischsten Segmente des Marktes für Telekommunikationsgeräte.

Indirekte Absatzwege stimulieren das Marktwachstum durch Konzentration auf Produkte mit hoher Umschlaggeschwindigkeit und eignen sich für die Bedürfnisse von Kunden mit Standardanforderungen und begrenztem Budget.

Im letzten Jahr wurden 9,22 Mia. US-\$ im Direktvertrieb umgesetzt, während 3,87 Mia. US-\$ über

Diensteanbieter (Serviceprovider) erwirtschaftet wurden. Die Tendenz zum indirekten Vertrieb dürfte mit steigender Wettbewerbsfähigkeit der Diensteanbieter und Ausweitung der Zielgruppen weiter zunehmen. Der Vertrieb über Systemintegratoren steht mit 2,04 Mia. US-\$ Umsatz an dritter Stelle, dicht gefolgt vom Vertriebsweg über die OEM-Lieferanten.

Diensteanbieter stellen für viele Hersteller eine gute Alternative zu anderen indirekten Vertriebswegen dar. Sie verfügen über die notwendigen Ressourcen, um mit Systemintegratoren und Mehrwertdienstleistern gleichberechtigt konkurrieren zu können und sind in der Lage, Vertriebseinrichtungen für kostengünstige Produkte anzubieten. So bietet beispielsweise British Telecom eine breite Palette von Geräten an, die von Videokonferenzsystemen von PictureTel bis hin zu Mobiltelefonen von Nokia und anderen führenden Herstellern reicht.

In Europa ist Deutschland der grösste Abnehmer von Telekommunikationsgeräten. Nur knapp hinter dem deutschen Marktanteil von 23,8% liegt Grossbritannien mit 21% Anteil. Frankreich hält derzeit 14,3% des europäischen Marktes. Einer Studie zufolge dürften die Briten in den nächsten Jahren die Führungsposition einnehmen und vor Deutschland zum grössten Markt für Telekommunikationsgeräte in Europa werden.



Hannes Gysling