

Medienmitteilung vom 21. August 2025

Direktvertrieb eröffnet KMU neue Möglichkeiten

Mit dem Direktvertrieb verkaufen Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen direkt an die Kundinnen und Kunden. Das Geschäftsmodell eröffnet neue Chancen für KMU. Am Anlass «Gewerbe@OST» stellte Dr. Benjamin Klink, Experte für E-Commerce an der OST – Ostschweizer Fachhochschule, die Verkaufsstrategie vor. Der Anlass wurde vom Verband Gewerbe Stadt St.Gallen in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum Wissenstransfer & Innovation der OST organisiert.

«Im digitalen Zeitalter ist der Direktvertrieb im Trend. Immer mehr Unternehmen, die bisher keinen direkten Kundenkontakt hatten, verkaufen ihre Produkte und Dienstleistungen ohne Zwischenhändler an Konsumentinnen und Konsumenten», sagte Gian Bazzi, Präsident des städtischen Gewerbeverbands, in seiner Begrüssung zur Veranstaltung «Gewerbe@OST». Der Direktvertrieb, auch D2C (Direct-to-Consumer) genannt, gewinnt in der Schweiz zunehmend an Bedeutung. Welche Chancen das Geschäftsmodell KMU bieten kann und welche Herausforderungen damit verbunden sind, stellte Dr. Benjamin Klink, Dozent für Marketing an der OST und Experte für E-Commerce, an der Veranstaltung Gewerbe@OST vor. Der Verband Gewerbe Stadt St.Gallen und das Kompetenzzentrum Wissenstransfer & Innovation (WTT) der OST haben den Anlass organisiert.

Direktvertrieb ist mehr als ein Online-Shop

«Der Direktvertrieb wird häufig mit Online-Shops gleichgesetzt – das stimmt so nicht», betont Benjamin Klink. Zwar sei der Webshop ein häufig genutzter Kanal, aber bei Weitem nicht der einzige. Bereits heute weit verbreitet sind zum Beispiel Bauernhöfe, die ihre Spezialitäten in Verkaufsautomaten, Hofläden oder auf Wochenmärkten anbieten. Auch Pop-up-Stores, Lieferdienste, Online-Marktplätze, Vertreterbesuche und weitere Möglichkeiten kommen als Kanäle infrage. «In der Praxis setzen viele Unternehmen auf einen Mix aus Direktvertriebskanälen, bleiben aber gleichzeitig im klassischen Modell mit Intermediären präsent.» Klar sei: «Der Direktvertrieb bietet den KMU Chancen, die sie über Zwischenhändler nicht nutzen können.»

Kundenerlebnis als Schlüssel zur Markentreue

Die wirtschaftlichen Vorteile wie höhere Margen und Zusatzumsätze sind laut Benjamin Klink der häufigste Grund für Unternehmen, in den Direktvertrieb einzusteigen. Fast ebenso wichtig sei aber die direkte Kundenbindung: «Sie wird immer seltener und ist deshalb umso wertvoller.» Der Direktvertrieb ermöglicht es Unternehmen, ihre Marke selbst zu inszenieren und das Kundenerlebnis aktiv zu gestalten. Ein anschauliches Beispiel hierfür liefert Maestrani: «Das Chocolarium macht die Marke erlebbar – und die Kundinnen und Kunden greifen beim nächsten Einkauf vielleicht eher zu Munz oder Minor», sagt Benjamin Klink. Die Folge: stärkere Verbundenheit und Markentreue.

Wer über eigene Kanäle verfügt, ist auch weniger von Plattformen oder Händlern abhängig. Neue Produkte können dadurch schneller eingeführt und getestet werden. Zudem können KMU die Kundendaten für die strategische Weiterentwicklung ihres Angebots nutzen.

Bekanntheit und Vertrauen aufbauen

Um von den Vorteilen des Direktvertriebs zu profitieren, stehen Unternehmen jedoch auch vor Herausforderungen. So kann es beispielsweise zu Zielkonflikten kommen. Benjamin Klink rät: «Unternehmen sollten von Anfang an festlegen, ob sie mit dem Direktvertrieb primär wirtschaftliche Ziele verfolgen wollen oder ob es ihnen vor allem darum geht, die Kundenbindung zu stärken.» KMU müssen sich auch bewusst sein, dass der Direktvertrieb neue und komplexe Prozesse erfordert – vom Logistikaufwand bis hin zum Kundensupport. Hinzu kommen zeit- und kostenintensive Marketingmassnahmen, um die eigenen Kanäle bekannt zu machen. Benjamin Klink betont, es lohne sich darin zu investieren, denn «Bekanntheit und Vertrauen gehören zu den wichtigsten Gründen, um bei einem Vertriebskanal zu kaufen». Dies kann durch einen professionellen Webauftritt mit transparenten Informationen, Kundenbewertungen und Labels wie der «Swiss Online Garantie» gelingen.

Mehrwert entscheidet über Erfolg

Die Konkurrenz der etablierten Anbieter ist gross. «Es ist zwar schwierig, das Kaufverhalten der Leute zu ändern, aber mit den richtigen Anreizen keinesfalls unmöglich», relativiert Benjamin Klink. Dazu zählen beispielsweise Exklusivprodukte, Personalisierungsmöglichkeiten oder ein besserer Kundenservice. «Am wichtigsten ist es, dass der Direktvertrieb einen Mehrwert liefert, den bisherige oder andere Kanäle nicht bieten», schliesst Benjamin Klink.

Bildlegenden

- 01: Dr. Benjamin Klink, Dozent für Marketing und Experte für E-Commerce an der OST, erklärt den Teilnehmenden im Rahmen von Gewerbe@OST den Direktvertrieb.
- 02: Die Gewerblerinnen und Gewerbler informieren sich im Fachhochschulzentrum am OST-Campus St.Gallen zu aktuellen Wirtschaftsthemen.

Kontakt für Rückfragen

- Dr. Benjamin Klink, Dozent für Marketing, Institut für Strategie und Marketing ISM, OST, 058 257 17 78, benjamin.klink@ost.ch
- Nora Lüthi, Kommunikation OST, 058 257 13 31, nora.luethi@ost.ch