

Vorwort

Vertrieb, Vermarktung und Markenaufbau mittels Vertriebsnetzwerken haben an Bedeutung gewonnen. Es ist längst die marktzugewandte Seite des Unternehmens, die die Marketingstrategie bestimmt und damit die Richtung vorgibt. Dies ist bereits daran erkennbar, dass in der Praxis der Vertrieb gegenüber anderen Unternehmensbereichen dominant geworden ist. Eine Ausrichtung auf den Absatzmarkt, eine Kombination aus Marktforschung, nachfragebezogener Produktentwicklung und der Schaffung eines Markenerlebnisses bestimmen den Erfolg von Unternehmen.

Vor diesem Hintergrund wächst im 21. Jahrhundert die Bedeutung von intelligent gestalteten Vermarktungs- und Vertriebsverträgen. Längst geht es nicht mehr nur darum, das Vertriebssystem des Unternehmens als ein einfaches „Verkaufswerkzeug“ einzusetzen, sondern darum, eine Markenwelt zu erschaffen, die Marke vor Ort erlebbar zu machen, mit dem Vertriebssystem die Voraussetzungen für eine effiziente Marktforschung zu schaffen, die Produktentwicklung daran auszurichten und durch eine Kombination dieser Maßnahmen die Kundenerwartung besser zu befriedigen als der Wettbewerb. Intelligent ist ein Vermarktungs- und Vertriebsvertrag dann, wenn er dies ermöglicht; idealerweise bildet er die dafür erforderlichen kaufmännischen Mechanismen wirksam ab und begünstigt damit die Expansion des Netzwerkes.

Rechtsanwälte, die Unternehmen auf diesem Gebiet beraten, sollten die relevanten kaufmännischen Mechanismen nicht nur verstehen, sondern in der Lage sein, die Potentiale unternehmensberatend zu antizipieren und zu erkennen, wie ein Vermarktungs- oder Vertriebssystem strukturiert werden muss, um das angestrebte Ziel zu erreichen. Dazu möchte dieses Werk einen Beitrag leisten. Die Autoren sind ausnahmslos erfahrene Praktiker, die das kaufmännische Wissen um die optimale Gestaltung von Vermarktungs- und Vertriebssystemen mit den Kenntnissen eines spezialisierten Rechtsanwalts verbinden. Dieses vernetzte Know-how macht das Buch seinen Lesern zugänglich. Es unterscheidet sich nicht zuletzt dadurch von anderen Formularbüchern. Darüber hinaus haben sich Verlag, Herausgeber und Autoren in besonderem Maße um eine praxisnahe, leicht nutzbare Darstellung bemüht. Die Erläuterungen zu den Vertragsklauseln beleuchten immer wieder auch die kaufmännischen Gegebenheiten und Gestaltungsmöglichkeiten. Zu einer weiteren Erleichterung der Arbeit mit diesem Buch werden die Vertragsklauseln und die Erläuterungen jeweils auf einer Seite dargestellt.

Die Herausgeber sind den Autoren zu Dank verpflichtet. Jeder Praktiker weiß, was es bedeutet, ein solches Projekt neben einem vereinnahmenden Beruf zu bewältigen. Die Herausgeber danken außerdem der Verlagsleitung und dem Lektorat für Geduld und Mühe-waltung.

Bonn, im September 2013

*Dr. Patrick Giesler
Dr. Volker Güntzel*