



Case Study | Spielzeug

# Optimierung der Online-Distribution durch Entkopplung von Offline-Kanälen und Bonifizierungssystemen

## Ausgangssituation

Der Spielwarenhersteller stand vor einer komplexen Herausforderung: Auf der einen Seite boten drei unterschiedliche Distributoren die Produkte teilweise unter eigenen Labels auf Amazon an, wodurch Doppel-Listings hervorgerufen wurden und landesspezifische Zusatzverkäufe entstanden. Zusätzlich belieferten diese Distributoren Amazon direkt als Vendor, was zu Grauimporten, einem verschlechterten Preisniveau auf der Plattform und negativen Kundenerlebnissen führte - sowohl online als auch im offline B2B-Handel.



## Ziele

Das Ziel bestand darin, die Preisabwärtsspirale der Produkte zu unterbinden, eine stabile und gesunde Preisgestaltung zu schaffen sowie den Grauimport zu verhindern.

## Maßnahmen

eBazaaris verfolgte eine transparente Kommunikationsstrategie mit den bestehenden Vertriebspartnern, um sie über die schädlichen Auswirkungen der bisherigen Vertriebsstruktur aufzuklären. Es wurde betont, dass eine dezentrale Distributionsstruktur, die sich über mehrere Länder erstreckt, nachteilig ist und eine zentrierte Vorgehensweise erforderlich macht. Distributoren, denen der Online-Handel nicht von Bedeutung war, wurden überzeugt, die Belieferung von Amazon einzustellen. Einigen Distributoren wurde der durch den Verzicht auf Marktplatzverkäufe entgangene Gewinn erstattet, um sie vom Amazon-Marktplatz abziehen. eBazaaris hat diese Ausgleichszahlungen übernommen, da diese über die Online-Distributionspartner wieder eingespielt werden konnten. Auf diese Weise konnte der Hersteller mit einem speziell ausgewählten Vertriebspartner den Marktplatz wirkungsvoll nutzen, das Markenimage pflegen, die Marktreichweite erweitern und eine stabile Preispolitik gewährleisten.

# Resultat

## Reduzierte Anzahl

der Distributoren auf Amazon

## Verbesserung

der Markenpräsenz

## Kontrolle der Preisgestaltung

und Beschränkung der Grauimporte

## Verbesserung

des Kundenerlebnisses

# Fazit

Die strategische Neuausrichtung der Distributionsstruktur durch eBazaaris demonstriert die Bedeutung einer klaren Trennung zwischen Online- und Offline-Vertriebskanälen sowie die Wirksamkeit finanzieller Anreize für Distributoren, um eine konsistente Markenpräsenz und Preisstabilität im E-Commerce-Umfeld zu gewährleisten.



### Über eBazaaris

Seit 2016 bietet eBazaaris Markenherstellern einen vollumfänglichen Ansatz zur Evaluierung, Erschließung und Steuerung von E-Commerce Marktplätzen und Social Media Plattformen in Europa.

### Kontakt

Jasper Balkenhol  
 Managing Director  
 E | [jb@ebazaaris.com](mailto:jb@ebazaaris.com)  
 W | [www.ebazaaris.com](http://www.ebazaaris.com)

