

## Marketing und Vertrieb

Loschert vertreibt seine Produkte in den meisten wichtigen Märkten über eine Vielzahl von Vertriebskanälen, darunter Online-Händler, nationale Einzelhandelsketten, lokale Einzelhandelsgeschäfte, nationale Versand- /Telefon- und Großhändler.

Loschert denkt, nicht auf einen einzigen Vertriebspartner angewiesen zu sein. Die Hauptkunden des Unternehmens sind Erstausrüster („OEM“s). Diese Kunden machen derzeit etwa 60% der Umsätze von Loschert aus. Großhändler und Endverbraucher machen 40% aus. Der Umsatzanteil aus dem Reselling liegt weit unter dem Branchendurchschnitt. Der Vertriebsleiter, der drei Monate vor Jahresende in diese Funktion berufen wurde, hält zusätzliche Partnerschaften im Ausland und eine Verbesserung von Loscherts Vertriebsnetzes für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens für entscheidend.

Wartung von Produkten und Erbringung von Dienstleistungen machten im vergangenen Jahr 55% des Umsatzes des Unternehmens aus. Die Serviceabteilung wird von den Kunden konstant als sehr gut bewertet. Die Serviceabteilung vertreibt aber derzeit keine Produkte selbst; daher zieht Loschert die Einführung eines Bonusplans für Servicemitarbeitende in Betracht, damit diese auch neue Produkte an bestehende Kunden verkaufen.

Derzeit ist der größte Einzelkunde des Unternehmens die Bundesregierung mit 15% aller Umsätze im Jahr 2020. Dies ist ein Rückgang von 30% im Jahr 2018 und 27% im Jahr 2019. Kein anderer Einzelkunde macht mehr als 10% des Umsatzes aus. Alle Verträge mit der Regierung enthalten eine Klausel, die es der Regierung erlaubt, den Vertrag auch ohne wichtige Gründe zu stornieren. Im Wesentlichen sind alle Verkäufe von Loschert an die Regierung Standardartikel, die im Falle einer Stornierung anderweitig verkauft werden könnten. Bisher gab es aber keine wesentlichen Stornierungen.