

8 Vertriebspolitik

8.1 Grundlegende Aspekte der Vertriebspolitik

(1) Erklären Sie, was mit der akquisitorischen und logistischen Komponente des Vertriebs gemeint ist.

[S. 368-369]

(2) Nennen und erklären Sie die drei Arten von Vertriebszielen. Nennen Sie Beispiele für konkrete Vertriebsziele aller drei Arten für ein junges Unternehmen, das vegane Hamburger über Händler wie *Edeka* oder *Rewe* vertreibt.

[S. 369]

8.2 Die Distributionskette

(3) Nennen und erklären Sie Wertschöpfungsaktivitäten des Handels. Welche dieser Aktivitäten spielen z.B. eine Rolle, wenn *Dr. Oetker* seine Tiefkühlpizzen über Handelsketten wie *Edeka* vertreibt?

[S. 372]

8.3 Gestaltung des Vertriebssystems

(4) Nennen Sie unternehmensinterne und unternehmensexterne Vertriebsorgane

[S. 373-377]

(5) Verdeutlichen Sie anhand von Beispielen die Vorteile und Nachteile des direkten Vertriebs und des indirekten Vertriebs.

[S. 379–380]

(6) Was ist mit Tiefe und Breite des Vertriebswegs gemeint?

[S. 381–383]

(7) Erläutern Sie das Prinzip der Vertriebswegedifferenzierung und gehen Sie dabei auf die Varianten intensiver, selektiver und exklusiver Vertrieb ein.

[S. 383–384]

(8) Nennen und erläutern Sie Faktoren, die die Wahl des Vertriebssystems beeinflussen.

Sprechen Sie auf der Grundlage dieser fünf Faktoren eine begründete Empfehlung aus, ob der *Allianz*-Konzern über das Internet private Krankenversicherungen an Studierende verkaufen sollte oder nicht.

[S. 384–385]

8.4 Category Management und Efficient Consumer Response

(10) Erläutern Sie die Ziele des Category Management aus Herstellersicht und Handelssicht

[S. 385–386]