Die **Distributionspolitik** (auch Distributions-Mix, *Distribution Policy* oder *Place* innerhalb des [Marketing-Mix](https://de.wikipedia.org/wiki/Marketing-Mix); von [lateinisch](https://de.wikipedia.org/wiki/Latein) *distributio* ‚Verteilung‘) gestaltet innerhalb des [Marketing](https://de.wikipedia.org/wiki/Marketing) alle Entscheidungen und [Vertriebsaktivitäten](https://de.wikipedia.org/wiki/Vertrieb) auf dem Weg eines Produktes oder einer Dienstleistung vom Anbieter zum Kunden oder Anwender.

Die Distributionspolitik schafft [operative](https://de.wikipedia.org/wiki/Operatives_Gesch%C3%A4ft) [Zielvorgaben](https://de.wikipedia.org/wiki/Zielformulierung) für den praktischen [Verkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Vertrieb). Hierzu stehen dem Unternehmen die verschiedenen Vertriebsformen im [Verkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Vertrieb) zur Verfügung:

* [**Direktvertrieb**](https://de.wikipedia.org/wiki/Direktvertrieb)
  + Unternehmenseigene Verkaufsniederlassungen (z. B. [Outlets](https://de.wikipedia.org/wiki/Outlet))
  + Persönlicher Direktverkauf
  + [Telefonverkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Telefonverkauf)
  + [E-Commerce](https://de.wikipedia.org/wiki/Elektronischer_Handel)
* **Indirekter Vertrieb** 
  + [Handelsverkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Handelsverkauf)
  + [Kommissionsverkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Kommissionsverkauf)
  + [Franchising](https://de.wikipedia.org/wiki/Franchising)

**Direktvertrieb**

Beim Direktvertrieb wechselt die Leistung nach der Herstellung nur einmal den Besitzer, nämlich vom Hersteller zum Kunden. Diese Form findet sich vor allem im [Verkauf an Unternehmen](https://de.wikipedia.org/wiki/Business-to-Business), wobei es durchaus auch auf [Verkauf an Endkunden](https://de.wikipedia.org/wiki/Business-to-Consumer) spezialisierte Direktvertriebsunternehmen gibt. Der Direktverkauf kann entweder persönlich oder über elektronische Medien ablaufen.

Insbesondere vor dem Hintergrund neuer Informations- und Kommunikationstechnologien nimmt die Bedeutung des Direktvertriebs zu. Tendenziell ist der Direktvertrieb bei [Investitionsgütern](https://de.wikipedia.org/wiki/Investitionsgut) stark ausgeprägt, während bei [Konsumgütern](https://de.wikipedia.org/wiki/Konsumgut) der indirekte Vertrieb überwiegt. Dies hängt mit der Erklärungsbedürftigkeit und Berücksichtigung individueller Anforderungen an Investitionsgüter zusammen.

#### Indirekter Vertrieb

Im regulären Vertrieb über [Groß-](https://de.wikipedia.org/wiki/Gro%C3%9Fhandel) und [Einzelhandelsunternehmen](https://de.wikipedia.org/wiki/Einzelhandel) wechselt die Leistung nach der Herstellung in der Regel mehrmals den Eigentümer entlang der so genannten [Wertschöpfungskette](https://de.wikipedia.org/wiki/Wertsch%C3%B6pfungskette). Vor allem im Konsumgütermarkt, in dem es auf eine flächendeckende Verteilung von großen Warenmengen und deren Präsentation im Ladengeschäft ankommt, ist der Vertrieb über [Handelsunternehmen](https://de.wikipedia.org/wiki/Handelsunternehmen) (Handelsverkauf) vorherrschend, oft sind auch [Vertragshändler](https://de.wikipedia.org/wiki/Vertragsh%C3%A4ndler) in den Vertrieb eingeschaltet.

Eine Sonderform ist der [Kommissionsverkauf](https://de.wikipedia.org/wiki/Kommissionsverkauf) durch Handelsunternehmen, bei dem die Waren bis zum Verkauf Eigentum des Herstellers bleiben. Zum indirekten Vertrieb zählt auch der Absatz über [Handelsvertreter](https://de.wikipedia.org/wiki/Handelsvertreter) (Agenten) bzw. Handelsvertretungen (Agenturen).

Beim [Franchising](https://de.wikipedia.org/wiki/Franchising) erfolgt der Vertrieb ebenfalls über rechtlich selbstständige Unternehmen (Franchisenehmer), es fallen jedoch so genannte Franchisegebühren an für die Verwendung der systemeinheitlichen Ausstattung, eines einheitlichen Namens und Auftretens nach außen. Vorteile für den Franchisenehmer, vor allem bei markenbekannten Systemen, sind eine hohe Bekanntheit von Beginn an, vergleichsweise günstige Einkaufskonditionen und Unterstützung im kaufmännischen Bereich.