

Besprechen Sie in der Klasse, wie Waterdrop mit der Wahl seiner Vertriebswege auf verschiedene Bedürfnisse der Zielgruppe eingeht.

Distribution = Verteilung und Bereitstellung von Gütern und Dienstleistungen

Details zur Organisation von Transport und Lagerung von Produkten lernen Sie in den Kapiteln „V Material- und Warenwirtschaft“ und „VI Supply-Chain-Management und Logistik“.

3 Distributionspolitik (Place)



Für den Vertrieb unserer Produkte war uns die Wahl mehrerer Absatzwege wichtig. Waterdrop-Produkte gibt es im Onlineshop und in den Waterdrop-Stores, ausgewählte Microdrinks sind jedoch auch im Einzelhandel erhältlich.



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Bei der **Distributionspolitik (Vertriebspolitik)** wird festgelegt, auf welchen Absatzwegen das Produkt vom Hersteller zum Endkunden gelangen soll. Zusätzlich wird darüber entschieden, wie Versand, Transport und Lagerung der Produkte gestaltet sein sollen.



Unternehmen achten bei der **Gestaltung der Absatzwege** darauf, dass es den Käufern leicht gemacht wird, Produkte online, im Geschäft oder über mobile Geräte zu kaufen.

Der **Absatzweg** ist die Art und Weise, wie Produkte vom Verkäufer zum Käufer gelangen. Es wird zwischen zwei Formen unterschieden:

- **Direkter Absatzweg:** Das Unternehmen übernimmt den Vertrieb selbst und verkauft seine Produkte direkt an die Kunden.
- **Indirekter Absatzweg:** Das Unternehmen verkauft seine Produkte an selbstständige Zwischenhändler, die dann an die Endkunden weiterverkaufen.

Arten von Absatzwegen

Direkte Absatzwege			Indirekte Absatzwege		
Außendienstmitarbeiter	Unternehmenseigene Verkaufsstelle	Onlineshop	Handelsunternehmen	Handelsvermittler	Virtuelle Marktplätze
Angestellte des Unternehmens, die Kunden besuchen und dort Verkaufsgespräche führen	Realer Verkaufsort (z. B. Filiale, Fabrikverkauf), wo Kunden die Produkte erwerben können	Unternehmenseigene Plattform, über die Kunden Produkte erwerben können	Die Produkte werden über Groß- und/oder Einzelhändler an die Endkunden verkauft. Eine spezielle Form der Handelspartnerschaft ist das Franchising .	Selbstständige Personen, die Produkte eines Unternehmens im Namen und auf Rechnung des Unternehmens (Handelsvertreter) oder auf eigenen Namen (Kommissionäre) verkaufen	Virtueller Ort eines Betreibers (z. B. Amazon, eBay), wo Kunden Produkte unterschiedlicher Anbieter kaufen können

Aha!

Beim **Franchising** stellt der Franchisegeber ein erprobtes Unternehmenskonzept dem Franchisenehmer gegen Gebühr zur Verfügung. Der Franchisenehmer setzt es selbstständig an seinem Standort um.

Mit einer intelligenten Verknüpfung verschiedener traditioneller und moderner Absatzwege können Unternehmen Kunden einen besonderen Service bieten und den Einkauf angenehmer gestalten.



Beispiele: Verknüpfung von Absatzwegen

- Bei Billa können Kunden Produkte online bestellen und sich diese entweder nach Hause liefern lassen oder im Geschäft abholen (= Click-and-collect).



- Bei HUMANIC haben Kunden die Möglichkeit, Schuhe im Geschäft zu probieren. Sind diese nicht mehr in der richtigen Größe im Geschäft lagernd, können sie bequem nach Hause geliefert werden.



Bekannte Franchisegeber sind McDonald's, Esprit und Subway.



Mehr zu den Möglichkeiten, Absatzwege zu verknüpfen (Multi-Channel-Strategie), erfahren Sie im Kapitel „VII Handel“.



TrainingsBox – „Distributionspolitik (Place)“

- Geben Sie an, ob es sich bei den folgenden Beispielen um einen direkten oder indirekten Absatzweg handelt und begründen Sie ihre Antwort.

Beispiele	Absatzweg
a) Ein Konditor verkauft das selbst hergestellte Speiseeis in seinen eigenen Geschäften.	
b) Das Unternehmen Wella verkauft Friseurbedarfprodukte über Großhändler an Friseure und Haushalte.	
c) Das Versicherungsunternehmen UNIQA setzt eigene Außendienstmitarbeiter ein, um Versicherungen an Haushalte zu verkaufen.	
d) C&A vertreibt seine Produkte auch über einen eigenen Onlineshop.	
e) Logitech, ein Entwickler für Computerzubehör, verkauft Gaming-Lenkräder und andere Artikel auf amazon.de.	