

# Inhaltsverzeichnis

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| <b>1</b> | <b>Grundlagen des Distributionsmanagements.....</b>                                 | <b>33</b> |
| 1.1      | Dynamik der Distribution.....   | 33        |
| 1.2      | Grundbegriffe der Distribution .....  | 35        |
| 1.3      | Grundfunktionen der Distribution.....   | 38        |
| 1.3.1    | Zweck der Funktionsanalyse.....   | 38        |
| 1.3.2    | Beschreibung von Distributionsfunktionen .....                                      | 39        |
| 1.3.2.1  | Gesamtwirtschaftliche Distributions-<br>funktionen .....                            | 39        |
| 1.3.2.2  | Einzelwirtschaftliche Distributions-<br>funktionen .....                            | 43        |
| 1.4      | Distributionsorgane und Distributionssysteme.....                                   | 47        |
| 1.5      | Konzeption des Distributionsmanagements .....                                       | 49        |
| <b>2</b> | <b>Ausgewählte theoretische Ansätze in der<br/>Distributionsforschung .....</b>     | <b>54</b> |
| 2.1      | Paradigmen in der Distributionsforschung .....                                      | 54        |
| 2.1.1    | Informationsökonomischer Ansatz .....   | 56        |
| 2.1.2    | Neue Institutionenökonomie .....  | 56        |
| 2.1.3    | Geschäftsbeziehungsansatz.....  | 57        |
| 2.1.4    | Prozessorientierter Ansatz .....  | 57        |
| 2.1.5    | Wissensmanagementansatz.....  | 58        |
| 2.2      | Entstehungsursachen für selbstständige Handelsbetriebe .....                        | 58        |
| 2.2.1    | Explikative Erklärungsansätze .....   | 59        |
| 2.2.2    | Technologisch-induktive Analysen zur<br>Vorteilhaftigkeit von Handelsbetrieben..... | 61        |
| <b>3</b> | <b>Organe der Distribution .....</b>  | <b>66</b> |
| 3.1      | Distributionsorgane der Produzenten .....   | 66        |
| 3.1.1    | Verkaufsorgane der Hersteller .....   | 66        |
| 3.1.2    | Distributionslogistik-Organen der Hersteller .....                                  | 69        |
| 3.2      | Großhandelsbetriebe als Distributionsmittler.....                                   | 71        |
| 3.2.1    | Begriff und Leistungen des Großhandels .....  | 71        |
| 3.2.2    | Struktur und Entwicklung des Großhandels .....                                      | 74        |
| 3.3      | Einzelhandelsbetriebe als Distributionsmittler .....                                | 79        |
| 3.3.1    | Begriff und Leistungen des Einzelhandels .....                                      | 79        |
| 3.3.2    | Betriebsformenmerkmale.....   | 81        |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 3.3.3    | Betriebsformen einzelner Unternehmen des Einzelhandels .....                                 | 83         |
| 3.3.4    | Kooperationsformen im Einzelhandel .....   | 89         |
| 3.3.5    | Dynamik im Einzelhandel .....  | 95         |
| 3.3.5.1  | Dynamik der Betriebsstätten .....  | 95         |
| 3.3.5.2  | Dynamik der Betriebsformen .....   | 97         |
| 3.3.5.3  | Dynamik des Wettbewerbs .....  | 102        |
| 3.4      | Distributionshelfer .....  | 107        |
| 3.4.1    | Funktionen der Distributionshelfer im Überblick .....  | 107        |
| 3.4.2    | Distributionshelfer in der Logistik .....  | 108        |
| 3.4.3    | Distributionshelfer in der Akquisition .....   | 108        |
| 3.4.4    | Leistungsergänzende Distributionshelfer .....  | 109        |
| 3.5      | Distributionsorgane der Letztverwender .....   | 109        |
| <b>4</b> | <b>Distributionslogistik .....</b>   | <b>113</b> |
| 4.1      | Grundprobleme der Distributionslogistik .....  | 113        |
| 4.2      | Distributionslogistik als System .....   | 117        |
| 4.2.1    | Vorbemerkung .....   | 117        |
| 4.2.2    | Input, Transformationsprozess, Output und Rückkopplung .....                                 | 118        |
| 4.2.3    | Wertschöpfungsprozesse in der Supply Chain und Lieferservice .....                           | 120        |
| 4.2.4    | Schlussfolgerungen aus der Systemanalyse .....   | 127        |
| 4.3      | Planung und Gestaltung der Lagerhäuser .....   | 128        |
| 4.3.1    | Begriff, Arten und Funktionen des Distributionslagers .....                                  | 128        |
| 4.3.2    | Standort, Betriebsform, Größe und Anzahl, Entwurf und Kontrolle der Distributionslager ..... | 130        |
| 4.4      | Lagerhaltung .....   | 137        |
| 4.4.1    | Funktion und Kosten der Lagerhaltung .....   | 137        |
| 4.4.2    | Komponenten des Lagerbestands .....  | 140        |
| 4.4.3    | Lagerhaltungsdispositionen .....   | 142        |
| 4.5      | Transport .....  | 148        |
| 4.5.1    | Transportprobleme und Transportdispositionen .....   | 148        |
| 4.5.2    | Transportmethoden .....  | 151        |
| 4.6      | Verpackung .....   | 156        |
| 4.6.1    | Funktion, Gestaltung und Kosten der Verpackung .....   | 156        |
| 4.6.2    | Bildung logistischer Einheiten .....   | 158        |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 4.7      | Auftragsabwicklung .....  | 159        |
| <b>5</b> | <b>Gestaltungsformen in der Distribution.....</b>   | <b>162</b> |
| 5.1      | Direkte und indirekte Distribution .....  | 162        |
| 5.1.1    | Vorbemerkung.....   | 162        |
| 5.1.2    | Direkte Distribution.....   | 163        |
| 5.1.3    | Indirekte Distribution .....  | 164        |
| 5.2      | Einkanal- und Mehrkanaldistribution.....  | 165        |
| 5.2.1    | Vorbemerkung.....   | 165        |
| 5.2.2    | Chancen und Risiken des Multi-Channel-<br>Managements .....   | 168        |
| 5.2.3    | Aufgaben eines Multi-Channel-Managements<br>(MCM).....  | 170        |
| 5.2.4    | Integration, Konfiguration und Koordination eines<br>Mehrkanalsystems .....   | 171        |
| 5.3      | Autonome und kooperative Distribution.....  | 175        |
| 5.3.1    | Vorbemerkung.....   | 175        |
| 5.3.2    | Formen kooperativer Distribution.....   | 175        |
| 5.3.3    | Supply-Chain-Management (SCM): Ein Ansatz<br>zur Erhöhung der Effizienz in der<br>Wertschöpfungskette .....                   | 178        |
| 5.3.3.1  | Konzept des Supply-Chain-<br>Managements .....  | 178        |
| 5.3.3.2  | Bausteine des Supply-Chain-<br>Managements .....  | 181        |
| 5.3.3.3  | Potenziale des Supply-Chain-<br>Managements .....   | 185        |
| 5.3.4    | Efficient Consumer Response (ECR): Ein Ansatz<br>zur Erhöhung von Effizienz und Effektivität der<br>Wertschöpfungskette ..... | 186        |
| 5.3.4.1  | Das Konzept des Efficient Consumer<br>Response (ECR).....   | 186        |
| 5.3.4.2  | Basisstrategien im ECR-Konzept .....  | 188        |
| 5.3.4.3  | Erfolgsvoraussetzungen des ECR-<br>Konzepts .....   | 192        |
| 5.4      | Offline- und Onlinedistribution .....   | 193        |
| 5.4.1    | Vorbemerkung.....   | 193        |
| 5.4.2    | E-Commerce als Absatzinstrument .....   | 198        |
| 5.4.2.1  | Unterstützung bestehender Absatzwege.....   | 198        |

|          |  |            |
|----------|--|------------|
| 5.4.2.2  | E-Commerce als eigenständiger Absatzweg .....                              | 200        |
| 5.4.2.3  | E-Commerce als neues Geschäftsfeld.....                                    | 202        |
| 5.4.3    | E-Commerce als Beschaffungsinstrument:<br>E-Procurement.....               | 205        |
| 5.4.3.1  | Definition und Nutzenpotenziale des E-Procurement .....                    | 205        |
| 5.4.3.2  | E-Procurement in der strategischen Beschaffung .....                       | 209        |
| 5.4.3.3  | E-Procurement in der operativen Beschaffung .....                          | 212        |
| 5.4.4    | Chancen und Risiken des E-Commerce .....                                   | 214        |
| <b>6</b> | <b>Analyse der Distributionssituation .....</b>                            | <b>217</b> |
| 6.1      | Aufgaben der Situationsanalyse.....  | 217        |
| 6.2      | Einflussfaktoren auf die Wahl von Distributionssystemen...                 | 219        |
| 6.2.1    | Das Leistungspaket.....  | 219        |
| 6.2.2    | Die Zielgruppen als Adressaten eines Distributionskanals .....             | 224        |
| 6.2.3    | Die Distributionskanäle .....  | 227        |
| 6.2.4    | Das eigene Unternehmen, eigene und fremde Distributionsorgane .....        | 229        |
| 6.2.5    | Die Wettbewerber.....  | 232        |
| 6.2.6    | Umfelder der Distribution.....   | 232        |
| 6.3      | Werkzeuge zur Analyse der Distributionskanäle .....                        | 236        |
| <b>7</b> | <b>Strategische Ziele und Strategien des Distributionsmanagements.....</b> | <b>244</b> |
| 7.1      | Strategische Ziele und Zielbestimmung in der Distribution .....            | 244        |
| 7.2      | Dimensionen von Distributionsstrategien .....                              | 247        |
| 7.2.1    | Segmentierungsstrategien .....   | 247        |
| 7.2.2    | Selektions- und Differenzierungsstrategien.....                            | 249        |
| 7.2.3    | Stabilisierungsstrategien .....  | 252        |
| 7.2.4    | Rationalisierungsstrategien.....   | 252        |
| 7.2.5    | Positionierungsstrategien.....   | 254        |
| 7.2.6    | Internationalisierungsstrategien .....                                     | 254        |
| 7.3      | Dynamische Distributionsstrategien in High-Tech-Märkten.....               | 256        |

|          |   |            |
|----------|---|------------|
| 7.3.1    | Ansatzpunkte dynamischer Distributionsstrategien..  | 257        |
| 7.3.1.1  | Produktlebenszykluskonzept .....  | 257        |
| 7.3.1.2  | Branchenentwicklungsmodell.....   | 258        |
| 7.3.1.3  | Dynamische Wettbewerbsstrategien .....  | 259        |
| 7.3.2    | Typische Entwicklungsverläufe in der<br>Zusammensetzung der Gesamtleistung der<br>Anbieter..... | 261        |
| 7.3.2.1  | Von der Sach- zur Dienstleistungs-<br>dominanz (Typ 1).....                                     | 261        |
| 7.3.2.2  | Von der Dienst- zur Sachleistungs-<br>dominanz (Typ 2).....                                     | 263        |
| 7.3.2.3  | Diskontinuierliche Sach- und Dienst-<br>leistungsanteile (Typ 3).....                           | 265        |
| 7.3.3    | Strategiefolgenplanung .....  | 267        |
| 7.4      | Typologische Ansätze bei Distributionsstrategien am<br>Beispiel von Industriegütermärkten ..... | 268        |
| 7.4.1    | Distributionsstrategien im Produktgeschäft.....   | 268        |
| 7.4.2    | Distributionsstrategien für das Anlagengeschäft .....   | 269        |
| 7.4.3    | Distributionsstrategien für das Zuliefergeschäft .....  | 270        |
| 7.4.4    | Distributionsstrategien für das Systemgeschäft .....  | 271        |
| <b>8</b> | <b>Gestaltung des Distributionsdesigns .....</b>  | <b>274</b> |
| 8.1      | Merkmale des Distributionsdesign-Problems.....  | 274        |
| 8.2      | Anlässe für Distributionsdesign-Entscheidungen.....   | 275        |
| 8.3      | Aufgaben einer Distributionsdesign-Entscheidung .....   | 276        |
| 8.3.1    | Erkennen der Notwendigkeit des Distributions-<br>designs.....                                   | 277        |
| 8.3.2    | Formulierung und Koordination von<br>Distributionszielen.....                                   | 277        |
| 8.3.3    | Spezifikation von Distributionsaufgaben .....   | 277        |
| 8.3.4    | Evaluierung relevanter Einflussfaktoren .....   | 279        |
| 8.3.5    | Entwurf und Auswahl einer Struktur für den<br>Distributionskanal.....                           | 280        |
| 8.3.5.1  | Vorbemerkung .....  | 280        |
| 8.3.5.2  | Bestimmung von Art und Zahl der<br>Distributionskanäle .....                                    | 280        |
| 8.3.5.3  | Bestimmung von Art und Zahl der<br>Distributionsorgane .....                                    | 285        |
| 8.3.6    | Auswahl und Gewinnung der Distributionsorgane ...   | 286        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| 8.3.7     | Strukturelle Aufgabenverteilung im<br>Distributionskanal .....                | 289        |
| 8.3.8     | Bestimmung des Integrationsgrads .....  | 290        |
| 8.4       | Vertragliche Absicherung des Distributionsdesigns .....                       | 291        |
| 8.4.1     | Koordination im Absatzkanal durch die<br>Distributionsdesign-Gestaltung ..... | 291        |
| 8.4.2     | Vertragliche Vertriebssysteme zwischen Industrie<br>und Handel .....          | 292        |
| 8.4.3     | Rechtliche Probleme vertraglicher<br>Vertriebssysteme .....                   | 299        |
| <b>9</b>  | <b>Integration der Distribution in das Marketing-Mix.....</b>                 | <b>304</b> |
| 9.1       | Das Marketing-Mix .....   | 304        |
| 9.2       | Produkt-Mix und Distribution .....  | 305        |
| 9.2.1     | Produktinnovation und Distribution .....                                      | 306        |
| 9.2.2     | Produktlebenszyklus und Distribution .....                                    | 308        |
| 9.2.3     | Produktprogrammpolitik und Distribution .....                                 | 311        |
| 9.2.4     | Markenpolitik und Distribution .....  | 313        |
| 9.3       | Preis- und Konditionen-Mix und Distribution .....                             | 316        |
| 9.3.1     | Grundprinzipien einer absatzkanalorientierten<br>Preispolitik .....           | 316        |
| 9.3.2     | Vertikale Preisbindungen.....   | 318        |
| 9.3.3     | Vertikale Preisempfehlungen.....  | 320        |
| 9.3.4     | Konditionenpolitik.....   | 323        |
| 9.4       | Kommunikations-Mix und Distribution.....                                      | 325        |
| 9.4.1     | Kommunikationsprozesse in Distributionskanälen...                             | 325        |
| 9.4.2     | Absatzkanalorientierte Push- und Pull-<br>Kommunikation.....                  | 328        |
| 9.4.3     | Kooperative Kommunikationspolitik zur<br>Absatzförderung .....                | 330        |
| <b>10</b> | <b>Organisation des Distributionsmanagements.....</b>                         | <b>334</b> |
| 10.1      | Organisatorische Grundprobleme .....  | 334        |
| 10.2      | Objektorientierte Organisationsformen.....                                    | 336        |
| 10.2.1    | Funktionsorganisation .....   | 336        |
| 10.2.2    | Produktmanagement und Category-Management....                                 | 337        |
| 10.2.3    | Kundenmanagement .....  | 341        |
| 10.2.4    | Koordination von Produkt- und Kunden-<br>management .....                     | 345        |

|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 10.2.5    | Organisatorische Eingliederung des Kunden-<br>managements.....           | 347        |
| 10.3      | Prozessorientierte Organisationsformen.....                              | 354        |
| 10.3.1    | Channel-Management-Konzept .....   | 354        |
| 10.3.2    | Geschäftsprozessorientierte Organisation .....                           | 358        |
| 10.3.2.1  | Grundlagen geschäftsprozessorientierter<br>Organisation.....             | 358        |
| 10.3.2.2  | Geschäftsprozessorientierte Organisation<br>in Distributionskanälen..... | 362        |
| 10.4      | Organisatorische Eingliederung der Distributionslogistik ...             | 371        |
| 10.4.1    | Aufbauorganisatorische Grundprobleme der<br>Distributionslogistik .....  | 371        |
| 10.4.2    | Organisationsalternativen der Distributionslogistik..                    | 373        |
| <b>11</b> | <b>Controlling und Informationssysteme in der Distribution .....</b>     | <b>377</b> |
| 11.1      | Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen des<br>Controllings.....      | 377        |
| 11.2      | Informationssysteme als Basis des Controllings .....                     | 379        |
| 11.2.1    | Grundprobleme und Tendenzen im<br>Informationsmanagement .....           | 379        |
| 11.2.1.1  | Integration von Insellösungen.....                                       | 379        |
| 11.2.1.2  | Identifikation von Objekten.....   | 382        |
| 11.2.1.3  | Datenbankmanagement-Systeme und<br>Data-Warehouse-Konzept .....          | 386        |
| 11.2.1.4  | Kommunikationstechnologien.....  | 392        |
| 11.2.1.5  | Standards für den digitalen<br>Datenaustausch .....                      | 395        |
| 11.2.2    | Informationssysteme für das<br>Absatzkanalmanagement .....               | 398        |
| 11.2.2.1  | Vorbemerkung .....   | 398        |
| 11.2.2.2  | CRM-Systeme im Absatzkanal-<br>management.....                           | 402        |
| 11.2.2.3  | Analytische CRM-Werkzeuge: OLAP<br>und Data Mining .....                 | 404        |
| 11.2.2.4  | Operatives und kommunikatives CRM.....                                   | 407        |
| 11.2.2.5  | CRM-Software-Programmpakete .....  | 409        |
| 11.2.3    | Informationssysteme für die Distributionslogistik....                    | 410        |
| 11.2.4    | Implikationen für das Informationsmanagement .....                       | 415        |

|           |   |            |
|-----------|---|------------|
| 11.3      | Planung und Koordination von Aktionen im Distributionskanal ..... | 418        |
| 11.4      | Kontrolle von Distributionsaktivitäten.....                       | 422        |
| 11.4.1    | Kontrolle von Distributionskanälen und Distributionsorganen ..... | 422        |
| 11.4.1.1  | Grundprobleme der Kontrolle von Distributionskanälen .....        | 422        |
| 11.4.1.2  | Kontrolle von Distributionskanälen.....                           | 424        |
| 11.4.1.3  | Kontrolle und Bewertung von Organen im Distributionskanal .....   | 432        |
| 11.4.2    | Kontrolle und Audit der Distributionslogistik.....                | 435        |
| <b>12</b> | <b>Steuerung und Motivation von Distributionsorganen .....</b>    | <b>439</b> |
| 12.1      | Die soziale Dimension von Distributionskanälen.....               | 439        |
| 12.1.1    | Vorbemerkung zur sozialen Dimension .....                         | 439        |
| 12.1.2    | Rollen in Distributionskanälen .....                              | 441        |
| 12.1.3    | Kooperation und Konflikte in Distributionskanälen.....            | 443        |
| 12.1.4    | Macht in Distributionskanälen.....                                | 453        |
| 12.2      | Steuerungsgrößen und Motivatoren.....                             | 457        |
| 12.3      | Steuerungs- und Motivationsmanagement .....                       | 461        |
| <b>13</b> | <b>Management der Redistribution .....</b>                        | <b>465</b> |
| 13.1      | Ausgangsüberlegungen für ein Management der Redistribution.....   | 465        |
| 13.2      | Begriff und Funktionen der Redistribution .....                   | 467        |
| 13.3      | Objekte der Redistribution .....                                  | 468        |
| 13.4      | Rechtliches Umfeld der Redistribution .....                       | 470        |
| 13.4.1    | Vorbemerkung.....   | 470        |
| 13.4.2    | Das Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz.....                   | 472        |
| 13.4.3    | Die WEEE-Richtlinie der EU und das deutsche ElektroG.....         | 473        |
| 13.4.4    | EU-Öko-Audit-Verordnung und DIN EN ISO 14001 ff.....              | 475        |
| 13.5      | Aufgaben des Redistributionsmanagements .....                     | 476        |
| 13.5.1    | Redistributionsdiagnose.....                                      | 477        |
| 13.5.2    | Entwicklung eines strategischen Redistributionskonzepts .....     | 489        |
| 13.6      | Praktische Beispiele zur Redistribution .....                     | 496        |



|           |  |            |
|-----------|--|------------|
| 13.6.1    | Das Redistributionskonzept der Volkswagen AG ....  | 496        |
| 13.6.2    | Duales System Deutschland.....                     | 498        |
| <b>14</b> | <b>Perspektiven der Distribution .....</b>         | <b>503</b> |
|           | <b>Literaturverzeichnis .....</b>                  | <b>507</b> |
|           | <b>Stichwort- und Unternehmensverzeichnis.....</b> | <b>546</b> |