

# **I N H A L T**

	Seite
<b>Einführung</b>	5
<b>1 Einteilung der Verkaufsbezirke – Ergebnisse einer Umfrage des "Verkaufsleiter-Service"</b>	7
1.1 Kriterien zur Einteilung der Verkaufsbezirke	7
1.1.1 Externe Kriterien	7
1.1.2 Interne Kriterien	8
1.2 Einsatz von computergestützten Rechenprogrammen zur Bezirkseinteilung	10
1.3 Bezirksveränderungen in den letzten Jahren	10
1.3.1 Gründe für Bezirksverkleinerungen	11
1.3.2 Gründe für Bezirksvergrößerungen	11
1.4 Geplante Bezirksveränderungen	12
1.4.1 Gründe für geplante Bezirksveränderungen	13
<b>2 Fallbeispiele</b>	15
2.1 Einteilung der Bundesrepublik Deutschland in 3 bis 15 Ver- Verkaufsbezirke	15
2.1.1 Fallbeispiele Industrie (1 bis 30)	16
2.1.2 Fallbeispiele Großhandel und Dienstleistungen (31 bis 40)	77
2.2 Einteilung der Bundesrepublik Deutschland in 16 bis 150 Verkaufsbezirke, dargestellt an den Ländern Nordrhein- Westfalen und Baden-Württemberg	99
2.2.1 Fallbeispiele Industrie (41 bis 70)	100
2.2.2 Fallbeispiele Großhandel und Dienstleistungen (71 bis 80)	161
<b>3 Anleitungen zur Einteilung und Kontrolle von Verkaufs- bezirken</b>	183
3.1 Checkliste zur Überprüfung der Verkaufsbezirke	183
3.2 Richtlinien für die Einteilung von Verkaufsbezirken	184

	Seite	
3.3	Berechnung der optimalen Außendienstgröße	186
3.4	Einteilung der Verkaufsbezirke nach Absatzkennziffern	190
3.5	Einteilung der Verkaufsbezirke nach dem Arbeitslastverfahren	190
3.6	Vor- und Nachteile der Divisionsmethode	193
3.7	Anleitung zur stufenweisen Verbesserung der Einteilung der Verkaufsbezirke	195
3.8	Bildung von Grenzlinien für Verkaufsbezirke	197
3.9	Anleitungen zur Verkleinerung von Verkaufsbezirken	198
3.10	Verkaufsbezirksergebnis-Kontrolle im Koordinatensystem	199
3.11	Verkaufsbezirksanalyse nach dem Marktanteils-Koeffizienten	201
3.12	Formular zur Verkaufsbezirksanalyse	203