

Klausur Vertriebssysteme

1. Vertriebssysteme

20 Punkte

- a) Erklären Sie den Begriff „Vertriebssysteme“
- b) Marketing-Mix umfasst vier Hauptinstrumentalkreise
Welchem Instrumentalkreis ist die Vertriebspolitik zuzuordnen?
- c) Welche elementaren Entscheidungen sind im Rahmen der Vertriebspolitik zu treffen?
- d) Welcher Art sind diese Entscheidungen hinsichtlich ihrer Fristigkeit und Wirkungsdauer?

2. Grundmuster der Vertriebssysteme

20 Punkte

M. Frohmüt hat sich um die Stelle des/der Marketingleiters/-leiterin in einem Herstellungsbetrieb für optische Geräte, u. a. Kameras, Mess- und Prüfgeräte für Wissenschaft und Technik, beworben.

Beim Vorstellungsgespräch will der Geschäftsführer wissen:

- a) Welche Alternativen kommen als Grundmodelle bei der Wahl eines geeigneten Vertriebssystems in Betracht?
- b) Können Sie einige Gründe benennen, welche die eine oder andere Alternative im Hinblick auf die spezifischen Produkte und Zielmärkte begünstigen?
- c) Kann es vorteilhaft sein, mehrere Alternativen gleichzeitig nebeneinander zu verwirklichen?
- d) Welche Untersuchungsmethoden können Sie als Entscheidungshilfen heranziehen? Beschreiben Sie diese kurz.

3. Unternehmenseigenes Vertriebssystem 15 Punkte

Fa. Medicalis, ein europäischer Hersteller von medizinischen Diagnosegeräten, plant den Deutschland-Vertrieb dieser Produkte von einem deutschen Standort aus.

Die Leiterin des Auslandsvertriebs, Dr. A. Körner, steht vor der Aufgabe, in Deutschland ein unternehmenseigenes funktionsfähiges Vertriebssystem mit Service-Stützpunkt aufzubauen.

Die Einschaltung des Fachhandels wird vorerst nicht erwogen.

- a) Welche Gesichtspunkte wird Dr. Körner bei der Standortwahl berücksichtigen?
- b) In welcher Form lassen sich Vertrieb und Verkauf an zunächst einem Standort verwirklichen?
- c) Wie kann Dr. Körner den Vertriebs- und Verkaufsaußendienst personell gestalten?

4. Vertriebssysteme mit spezifischen Merkmalen 25 Punkte

Im Einzelhandel treten drei herausragende Vertriebssysteme in Erscheinung:

- I. Filialketten
- II. Verbundgruppen
- III. Franchise-Systeme

- a) Worin erkennen Sie Gemeinsamkeiten hinsichtlich Erscheinungsform, Zielsetzungen, Organisation?
- b) Wie lassen sich die drei Vertriebssysteme voneinander abgrenzen bzw. unterscheiden?
- c) Wie beurteilen Sie die Zukunftsaussichten dieser Systeme und wie begründen Sie ihre diesbezügliche Einschätzung?