

Distributionspolitik

1. Einfach erklärt: Was ist Distributionspolitik?

Distributionspolitik gehört zu den sogenannten vier Marketinginstrumenten (Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik). Sie beschäftigt sich damit, wie ein Produkt vom Unternehmen zum Kunden gelangt.

2. Warum ist das wichtig?

Damit ein Kunde ein Produkt kaufen kann, muss es am richtigen Ort, zur richtigen Zeit und in der richtigen Menge verfügbar sein. Genau darum kümmert sich die Distributionspolitik.

3. Was gehört dazu?

- 1) **Vertriebswege** – Also der Weg, den das Produkt nimmt (z. B. Direktverkauf, Händler)
- 2) **Logistik** – Lagerung, Transport, Verpackung und Lieferzeiten.
- 3) **Verkaufsorganisation/Standortentscheidung** – Wer verkauft das Produkt (z. B. Online-Shop, Händler, Außendienst).

4. Ein einfaches Beispiel

- Wenn ein Unternehmen Turnschuhe verkauft, entscheidet es z. B.:
 - Ob die Schuhe im eigenen Online-Shop verkauft werden,
 - oder über Geschäfte wie Deichmann oder Sport 2000,
 - oder vielleicht auch über beide Wege.

Diese Entscheidungen gehören zur Distributionspolitik.

5. Merksatz

Distributionspolitik sorgt dafür, dass das richtige Produkt zur richtigen Zeit am richtigen Ort beim Kunden ist.

6. Was gilt es zu beachten?

Die Fragen der Distributionspolitik sollten nie „einfach so“ beantwortet werden. Damit die Distribution passend zu den Zielen des Unternehmens gestaltet werden kann und Sinn ergibt, müssen zunächst grundsätzliche Fragen geklärt werden. Genau das werden wir lernen, wenn wir uns den „Marketing-Mix“ genauer anschauen!