

Gliederung	Seite
Zielsetzung / Vorbemerkungen	2
1. Die Verkaufsorganisation (Distribution) im Marketing-Mix	3
2. Begriffe	5
3. Die Wahl der Absatzwege	7
4. Die Leistungsträger der Distribution im Unternehmen	13
5. Der Großhandel	24
5.1 Begriffliches	24
5.2 Betriebsformen des Großhandels	26
6. Der Einzelhandel	30
6.1 Allgemeines	30
6.2 Betriebsformen des Einzelhandels	32
6.2.1 Fach- und Spezialhandel	33
6.2.2 „Gemischtwaren“-Handel	33
7. Markt-Veranstaltungen	38
8. Fragen zur Selbstkontrolle	40
9. Lösungstichworte	41
10. Literaturhinweise	42
11. Aufgaben zum Einsenden (Fremdkontrolle)	44

