

ARBEITSBLATT 1

Aufgabe 1: Handelsbegriffe rund um den Vertrieb

Erarbeite aus dem folgenden Text/Material die Kernbegriffe, die zum Vertrieb gehören und ordne sie den beiden Vertriebsformen stationär oder internetbasiert zu. Manche gehören beiden Vertriebsformen an.

Vergleiche anschließend mit deinem Sitznachbarn.

Vertrieb

Der Begriff Vertrieb bezeichnet alle Entscheidungen und Systeme (zum Beispiel Handelsunternehmen, Geschäfte, Verkaufsstellen), die notwendig sind, um ein Produkt oder eine Dienstleistung dem Markt zur Verfügung zu stellen.

Vielzahl an Vertriebsformen

Supermarkt und Kiosk, Warenhaus und Online-Shop, Fachgeschäft und Flagship-Store: Die Einkaufsmöglichkeiten für Konsumenten sind enorm. Kein Wirtschaftszweig ist heute durch eine so große Vielzahl an Vertriebsformen geprägt wie der Handel. Das war nicht immer so. Bis in die 1950er-Jahre war die deutsche Handelslandschaft weitgehend durch drei Vertriebsformen gekennzeichnet: Fachgeschäfte, Warenhäuser und Versandhandel teilten sich den Markt. Dies wandelte sich mit den ersten Discountern, die ab den 1960er-Jahren ihren Siegeszug antraten. Sie zählen heute zu den wichtigsten Vertriebsformen im Handel.

Vertrieb über vernetzte Kanäle

Die Entwicklung des Internethandels seit Mitte der 1990er-Jahre hat die Art und Weise des Einkaufs revolutioniert. In den vergangenen zehn Jahren hat sich der Umsatz im Online-Handel in einem insgesamt stagnierenden Gesamtmarkt auf einen Umsatz von 39 Milliarden Euro in 2014 mehr als verdreifacht.¹ Für Verbraucherinnen und Verbraucher ist es heute selbstverständlich, grenz- und medienübergreifend Waren und Dienstleistungen über das Internet zu bestellen. Der Einzelhandel löst sich damit weiter als bisher aus seiner lokalen Verankerung. Weitere Wachstumschancen versprechen sich Handelsunternehmen von einer Verzahnung der Vertriebswege – stationär und online.

¹ Handelsverband Einzelhandel (HDE): Handel digital Online-Monitor 2014.

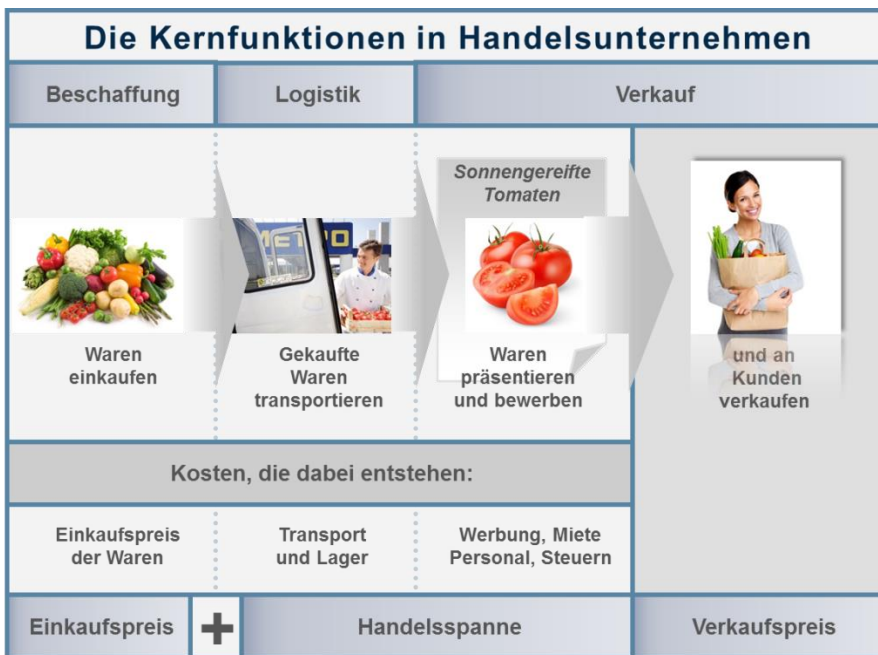
ARBEITSBLATT 2

Aufgabe 2: Kernfunktionen im Handel – stationärer Handel und Internethandel

Partnerarbeit

Anhand der Grafik und des Textes werden die Kernfunktionen des stationären Handels erklärt.

- a) Beschreibt euch gegenseitig in eigenen Worten die Tätigkeiten, die zu den Kernfunktionen gehören.



Beschaffung/Einkauf: Balanceakt zwischen Angebot und Nachfrage

Um den Geschmack der Kunden zu treffen, müssen Einkäufer/-innen die Kundenwünsche gut kennen und die passenden Waren von den Herstellern beschaffen.

Logistik: der wirtschaftlichste Weg von A nach B

Die Waren werden vom Hersteller in das Lager des Handelsunternehmens transportiert und von dort schließlich in die Geschäfte gebracht.

Verkauf/Vertrieb im Einzelhandel: die Waren an den Mann und die Frau bringen

Am Ende gelangen die Waren in den Verkaufsräumen zum Kunden. Sortiment, Präsentation und Service müssen die jeweilige Zielgruppe überzeugen.

- a) Erklärt, was die Handelsspanne ist und welche Kosten davon bezahlt werden.
 b) Überlegt, welche Kernfunktionen es im Internethandel vermutlich gibt. Zeichnet dazu eine Grafik (Bilder freiwillig) ähnlich der Grafik vom stationären Handel.
 c) Erklärt, worin sich die Kernfunktionen vom stationären Handel unterscheiden.

Nun vergleicht die Kosten, die im stationären und im Internethandel entstehen, und erklärt, welche Vertriebsform eine höhere Handelsspanne braucht und warum.

ARBEITSBLATT 3 Modellieren

Aufgabe 3 Modellieren: Befragung zum Kaufverhalten Online-Handel – stationärer Handel

Gruppenarbeit

Ihr sollt eine empirische Befragung planen und über das Kaufverhalten unterschiedlicher Altersgruppen durchführen.

Befragt Menschen im Familien- und Freundeskreis. Ihr könnt aber auch fremde Menschen befragen, zum Beispiel in Fußgängerpassagen.

Am Ende sollt ihr wissen, welche Altersgruppen von den Befragten ihre Einkäufe zu wie viel Prozent im Internethandel und zu wie viel Prozent im stationären Handel tätigen.

Damit die Ergebnisse aussagekräftig sind, müssen pro Altersgruppe mindestens zehn Personen befragt werden.

Folgende Tipps dienen als Hilfe bei der Planung und Durchführung der Befragung:

- a) **Fragebogen:** Überlegt, welche Fragen ihr stellt und wie ihr euren Fragebogen aufbauen wollt.
- b) **Erstellt am PC** (zum Beispiel mit Word oder GrafStat) den Fragebogen und druckt ihn aus. Tragt gegebenenfalls Tabellen für die Auswertung in eine Excel-Tabelle ein.
- c) **Zeitmanagement:** Macht einen Plan, wer wo und wann die Befragung durchführt und bis wann ihr damit fertig sein wollt ...
- d) **Auswertung:** ... und wer die ausgefüllten Fragebögen in die Tabelle einträgt und auswertet.
- e) Stellt die Auswertung in einer Grafik dar und bereitet die Präsentation der Ergebnisse vor.

ARBEITSBLATT 3 Fragebogen

Aufgabe 3 Fragebogen: Befragung zum Kaufverhalten online – stationär

Gruppenarbeit

Ihr sollt eine empirische Befragung planen und durchführen mit dem folgenden Fragebogen.

- Erstellt am PC (zum Beispiel mit Word oder GrafStat) den Fragebogen und druckt ihn aus. Tragt gegebenenfalls Tabellen für die Auswertung in eine Excel-Tabelle ein.
- Macht einen Plan, wer die Befragung durchführt und wann ihr damit fertig sein wollt ...
- ... und wer die ausgefüllten Fragebögen in die Tabelle einträgt und auswertet.
- Stellt die Auswertung in einer Grafik dar und bereitet die Präsentation der Ergebnisse vor.

Damit die Ergebnisse aussagekräftig sind, müssen pro Altersgruppe mindestens zehn Personen befragt werden.

Fragebogen

Wie häufig kaufen Sie/kaufst du im stationären Handel (Fachgeschäft, Supermarkt, Warenhaus ...) und wie oft im Internethandel ein?

Bitte kreuzen Sie/kreuze in der passenden Altersspalte das zutreffende Feld an.

	14–17 Jahre	18–40 Jahre	41–60 Jahre	über 60 Jahre
Nie online – immer stationär				
Kaum online – meist stationär				
Wenig online – häufig stationär				
Häufig online – wenig stationär				
Meist online – kaum stationär				
Immer online – nie stationär				

Welche Vorteile haben Ihrer/deiner Ansicht nach der Internethandel oder der stationäre Handel? (Mehrfachnennungen möglich)

Online	Nennungen	Stationär	Nennungen
Freitext	Anzahl	Freitext	Anzahl

ARBEITSBLATT 4

Aufgabe 4: Pro- und Kontra-Debatte: Stationärer oder Internethandel? Welche Entscheidungen können wir treffen?

Ihr seid als Expertenteam eingeladen zu einer Talkshow, die sich mit der Zukunft des Handels befasst. Es nehmen Vertreter vom Handelsverband und Experten/Expertinnen der Verbraucherzentrale teil.

Die Debatte wird von einem Moderator/einer Moderatorin geleitet.

Ihr seid das Team: _____

Bereitet euren Beitrag vor, indem ihr die Ergebnisse der Aufgaben 2 und 3 als Stichworte auf Karteikarten notiert. Dann formuliert die Interessen, die eure Gruppe im Marktgeschehen hat, und welche Entscheidungen ihr treffen beziehungsweise beeinflussen könnt.

Außerdem solltet ihr die Argumente der anderen Gruppen vorausahnen, um euch so besser auf die Debatte vorzubereiten.

Am Ende der Debatte erfolgt eine Abstimmung, zu der ihr eure Meinungen begründet vortragen sollt.