

## **Formeln zum Distributionsgrad**

Der Distributionsgrad gibt als betriebswirtschaftliche Kennzahl die Verbreitung eines Produktes am Markt wieder. Er zeigt auf, in welchem Umfang ein Produkt Kunden zur Verfügung steht und ist somit vor allem für solche Unternehmen von großer Bedeutung, die ihre Produkte über den Handel vertreiben.

Andere geläufige Bezeichnungen für den Distributionsgrad sind Distributionsquote, Distributionsrate oder der englische Begriff distribution rate. Die Ermittlung des Distributionsgrades kann sowohl numerisch als auch gewichtet erfolgen.

$$\text{Numerischer Distributionsgrad} = \frac{\text{Anzahl der Händler, die das Produkt vertreiben}}{\text{Anzahl aller Händler, die vergleichbare Produkte anbieten}}$$

Der numerische Distributionsgrad, der auf Englisch numeric distribution rate heißt, beziffert den Anteil der Verkaufsstellen an der Gesamtanzahl aller in Frage kommenden Händler. Die Verkaufsstellen werden dabei ausschließlich nach Anzahl erfasst.

Im Hinblick auf die Größe und die Bedeutung der Händler einer Branche kann es aber große Unterschiede geben. Ein Lebensmittelgeschäft beispielsweise kann sowohl ein kleiner Laden in einem Dorf als auch ein großer Supermarkt im Zentrum einer Großstadt sein.

Aus diesem Grund ist der gewichtete Distributionsgrad aussagekräftiger als der numerische Distributionsgrad.

$$\text{Gewichteter Distributionsgrad} = \frac{\text{Umsatz der Händler, die das Produkt vertreiben} \times 100}{\text{Umsatz aller Händler, die vergleichbare Produkte anbieten}} \%$$

Der gewichtete Distributionsgrad, auf Englisch weighted distribution rate, beziffert den Umsatzanteil der Verkaufsstellen im Verhältnis zum Gesamtumsatz aller Händler auf dem Markt, die Produkte aus dem gleichen Segment anbieten.

Werden der numerische und der gewichtete Distributionsgrad zusammengefasst, wird vom numerisch gewichteten Distributionsgrad gesprochen. Liegt der numerische Distributionsgrad beispielsweise bei 75 und der gewichtete Distributionsgrad bei 85, ergäbe dies einen numerisch gewichteten Distributionsgrad von 75/85. Dieser würde bedeuten, dass das Produkt in 75% aller Geschäfte am Markt erhältlich ist und diese Geschäfte 85% des Gesamtumsatzes am Markt erzielen.

Der Distributionsfaktor ergibt sich, wenn der gewichtete Distributionswert durch den numerischen Distributionswert geteilt wird.

$$\text{Distributionsfaktor} = \frac{\text{numerischer Distributionsgrad}}{\text{gewichteter Distributionsgrad}}$$

Liegt der Distributionsfaktor unter 1, wird das Produkt in eher umsatzschwachen Verkaufsstellen angeboten.

Liegt der Distributionsfaktor bei 1, ist das Verhältnis von umsatzstarken und umsatzschwachen Verkaufsstellen ausgewogen.

Liegt der Distributionsgrad über 1, wird das Produkt in umsatzstarken Verkaufsstellen angeboten.

Ein hoher Distributionsgrad steht außerdem für eine starke Präsenz am Markt. Allerdings bedeutet das nicht, dass zwangsläufig immer ein hoher Distributionsgrad angestrebt wird. Vor allem bei sehr exklusiven oder besonderen Produkten könnte sich ein hoher Distributionsgrad nachteilig auswirken, denn wenn ein Produkt überall oder zumindest an sehr vielen Stellen erhältlich ist, ist es nicht mehr exklusiv.

Copyright by <http://www.vertrieb-strategie.de/>