



**Informationen zu den Arbeitspapieren des  
Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen**

Dipl.-Kfm. Christian Oversohl

**Leistungsorientierte Gestaltung von  
Konditionensystemen in der Konsumgüterindustrie  
Ergebnisse einer Expertenbefragung**

Arbeitspapier Nr. 4

**Informationen**

- Erscheinungsjahr: 1999
- Schriftenreihe: „Arbeitspapiere des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen“
- ISSN 1438-3195
- ISBN 3-9806796-1-6
- Preis: DM 49,-

**Herausgeber**

Univ.-Prof. Dr. Hendrik Schröder  
Universität Essen  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Marketing und Handel  
Universitätsstr. 12  
45117 Essen

Tel.: (0201) 183 - 2261/3385  
Fax: (0201) 183 - 2833  
E-mail: [hendrik.schroeder@uni-essen.de](mailto:hendrik.schroeder@uni-essen.de)  
Internet: [www.marketing.uni-essen.de](http://www.marketing.uni-essen.de)

## Informationen zu den Arbeitspapieren des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Universität Essen

### Inhalt

- 1 Konditionensysteme in der Konsumgüterindustrie – eine Herausforderung für Hersteller und Händler
    - 1.1 Ausgangssituation
    - 1.2 Notwendigkeit und Ziele von Konditionensystemen
    - 1.3 Konfliktfeld Konditionenpolitik
    - 1.4 Forschungsfelder bei der Gestaltung von Konditionensystemen
    - 1.5 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes
    - 1.6 Stand der wissenschaftlichen Forschung
    - 1.7 Zielsetzung und Ablauf der Untersuchung
  - 2 Status Quo der Konditionensysteme zwischen Herstellern und Handel
    - 2.1 Mangelnde Leistungsorientierung
    - 2.2 Fehlende Transparenz nach innen und außen
    - 2.3 Unzureichende Steuerungsmöglichkeiten
  - 3 Anforderungen und Einflußfaktoren bei der Gestaltung von Konditionensystemen
    - 3.1 Generelle Anforderungen
    - 3.2 Relevante Einflußfaktoren
  - 4 Möglichkeiten zur Entwicklung eines Konditionensystems
    - 4.1 Methodische Ansätze zur Gestaltung von Konditionensystemen
    - 4.2 Beispiele für Konditionenarten der verschiedenen Wertschöpfungsstufen
      - 4.2.1 Produktion
      - 4.2.2 Logistik
      - 4.2.3 Marktbearbeitung
      - 4.2.4 Unterstützende Funktionen
  - 5 Umsetzung eines neuen Konditionensystems
  - 6 Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen
- Anhang: Interviewleitfaden Konditionensysteme