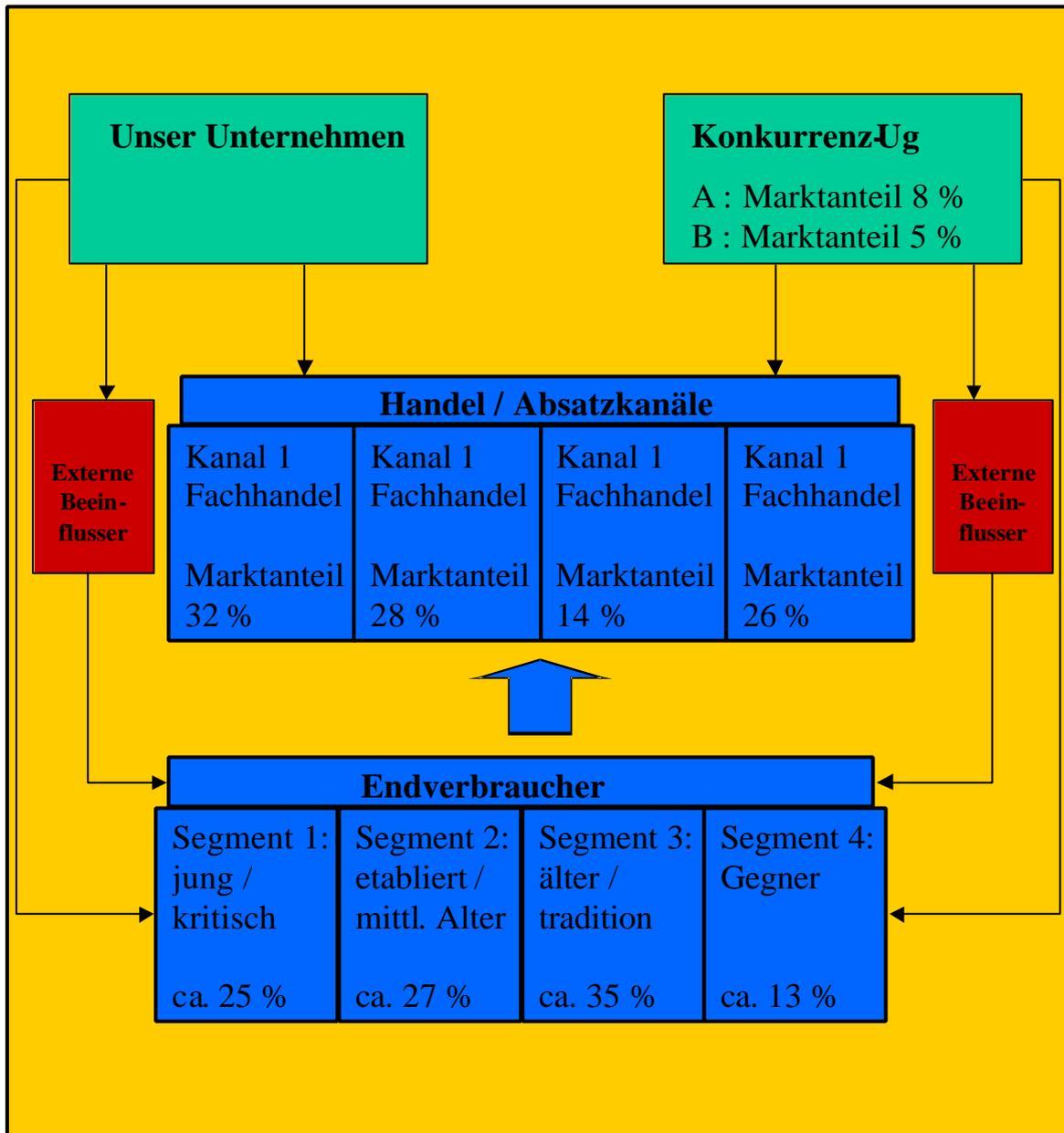
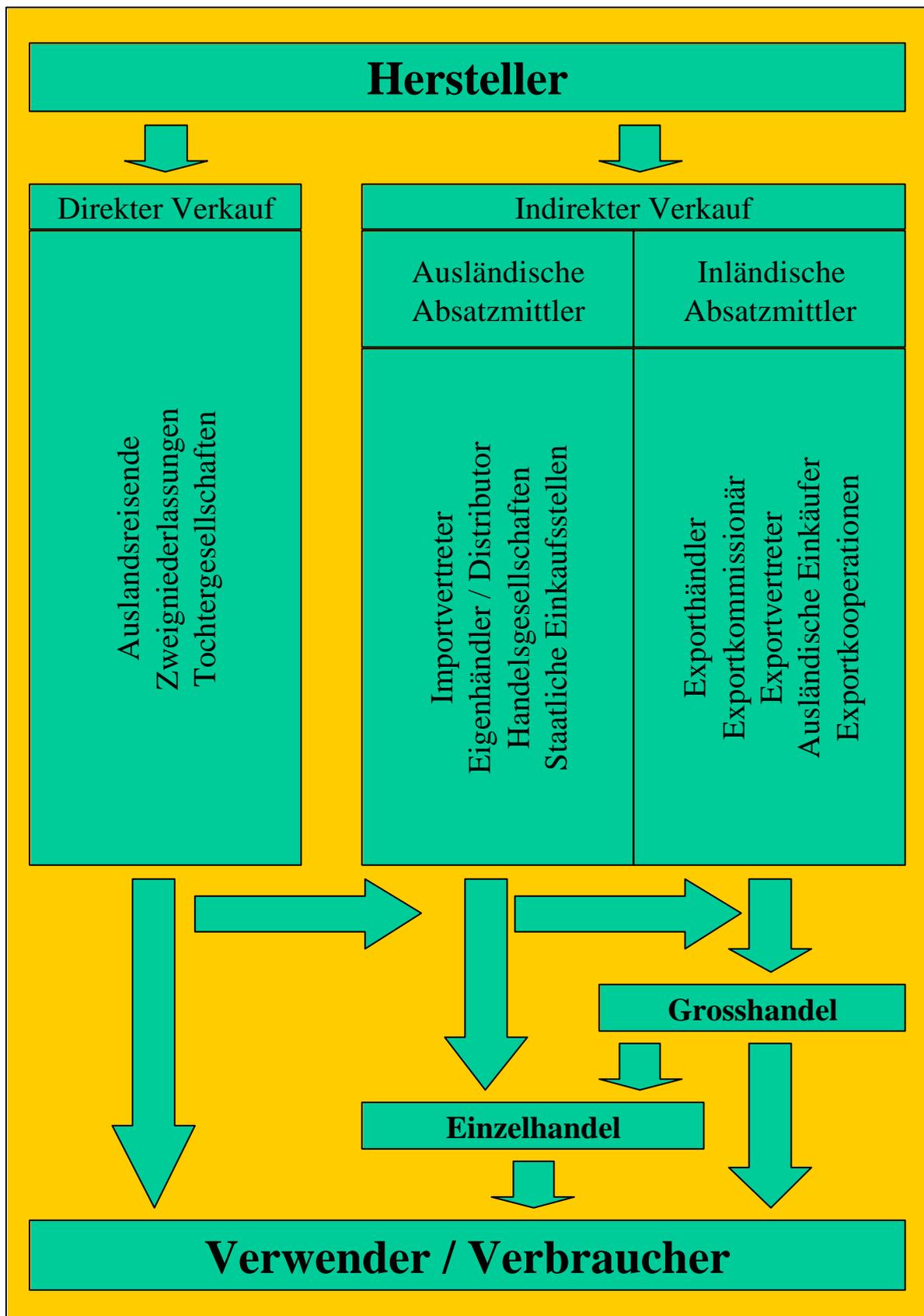


Beilage 1



Beilage 2



Beilage 3

Produktanforderungen		Gewichtung	10 Punkte	6 Punkte	2 Punkte	Gew. Bewertung
1	Anzahl angeschlossenen Handelsorg.	10	hohe	mittlere	niedrige	60
2	Streuung angeschlossenen Handelsorg.	5	weite	mittlere	geringe	30
3	Preisniveau	10	hoch	durchschnittl.	niedrig	60
4	Qualitätsniveau	10	hoch	durchschnittl.	niedrig	60
5	Beratungsmögl.	10	gegeben	durchschnittl.	nicht gegeben	20
6	Wartungsmögl.	10	gegeben	durchschnittl.	nicht gegeben	60
7	Spez. Ausstattung	10	bereits vorhanden	kann eingebaut werden	Einbau problematisch	60
8	Absatzwegkosten	10	gering	durchschnittl.	sehr hoch	60
9	Absatzwegimage	20	sehr hoch	durchschnittl.	unbefriedigend	120
10	Nähe Konkurrenz	5	sehr intensiv	durchschnittl.	extensiv	50
Summe Gewichtung		100	Summe gewichteter Bew.			580

Beilage 4

Intermediavergleich

Kriterien	Gewichtung	Medien								
		TV		Ki-no	Radio		Tageszeitung		Publikationen	
		SAT 1	RTL		Radio 24	Radio Rottu	Blick	NZZ	FACT S	Modeblatt
Wirksamkeit	10									
Verständlichkeit	8									
Image	5									
Verfügbarkeit	5									
Opinionleader	7									
Mehrfachkontakte	6									
Preis	7									
Total										

Mediaentscheid

Gewichtung	Werbeträger	Mittel	Preis	Frequenz	Begründung

Beilage 5

	Neue Vertriebskanäle	Neue Händler	Gute Händler	Schneller Umsatz	Produktprofilierung	Gute Handelsbindung	Verdrängungswettbewerb	Umsatzsicherung
Aussendienst								
Tagesberichte		x					xx	
eigene Fachzeitschrift			xx					
Salesfolder		x			x			x
Schulung des Aussendienstes				x	x			
Aussendienstwettbewerb	x							x
Aussendienstentlohnung	x		xx	x		x		
Handel								
Displays		x	x	x	x			
Merchandising				xx				xx
Messen					x			
Vorträge	x						x	
Verbundaktionen				xx				
Werrberwerb								
Tragtaschen		xx				x		
Zweitplatzierungen								
Konsument								
Mailings	x						x	
Gutscheine								
Proben		x	x	xx		x	x	x
Hauswurfsendungen						x		
Zugaben				xx				
Messen								x
Sonderpreise						x		

gut geeignet	xx
geeignet	x