

Vertrieb: Make or Buy – eigener Außendienst oder externes Know-how?

Der Vertrieb wird immer wichtiger:
Gute Produkte allein sind kein Garant mehr für Erfolg.

Der Vertrieb wird immer schwieriger:
weitgehend gesättigte, wettbewerbsintensive Märkte
engen die Spielräume ein.

Der Vertrieb muss optimiert werden:
schlanke Strukturen, marktorientierte Strategien und
eine günstige Kostensituation sind notwendig.

Hohe Vertriebsqualität und geringe Kosten:
Ein Widerspruch in sich? Nicht, wenn die Vertriebs-
funktionen an externe Spezialisten ausgegliedert
werden.

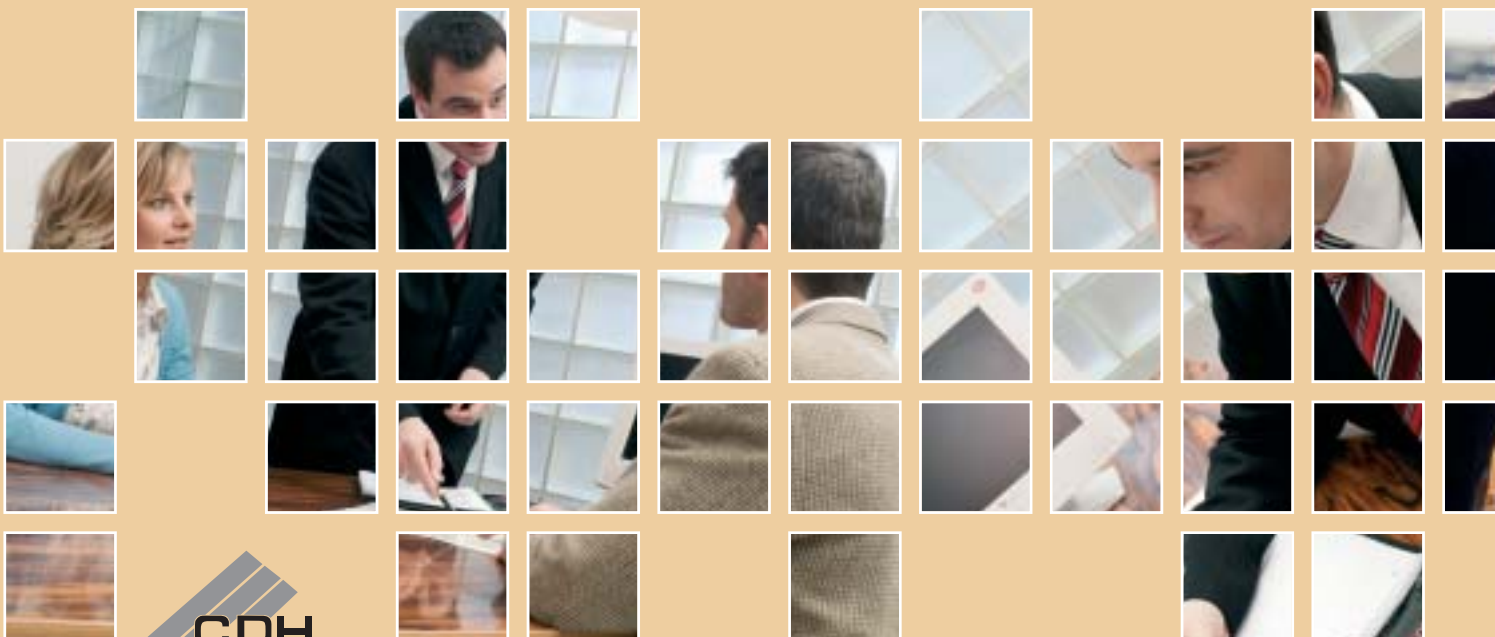
Kernkompetenz Vertrieb

Kernkompetenz Vertrieb: Rund 60.000 Handelsvertretungen in Deutschland sind Ihre Partner, wenn es um Outsourcing von Vertriebsfunktionen geht. Handelsvertretungen sind selbständige Unternehmen, die im business-to-business-Bereich in nahezu allen Branchen tätig sind. Sie vermitteln Waren zwischen Unternehmen auf allen Wirtschaftsstufen, so zwischen Industrie und Handel, zwischen Industrieunternehmen (z.B. im Zulieferbereich) oder auch zwischen Groß- und Einzelhandel. Handelsvermittlungen sind in rund 30 Prozent aller Warenströme in Deutschland eingeschaltet mit vermittelten Warenumsätzen von etwa 175 Mrd. Euro im Jahr.

Dienstleistungen im Vertrieb

Produkte sind austauschbar – Problemlösung und Service nicht. Handelsvertretungen bieten vertretenen Unternehmen und Kunden eine Vielzahl von Dienstleistungen rund um den Verkauf - Dienstleistungen, die den Absatz zum Teil erst möglich machen:

- Markterschließung
- Marktbeobachtung und Brancheninformationen
- Beratung und Schulung
- Kundendienst
- Service (z.B. Repräsentation auf Messen und Ausstellungen, Durchführung von Sonderaktionen, Reklamationsbearbeitung, Regalpflege)
- Lagerhaltung und Logistik und vieles andere mehr.



Orientierung am Kunden

Systematisches Beziehungsmanagement: eine wesentliche Voraussetzung für dauerhafte Geschäftskontakte. Der Kundenstamm ist das Kapital, das Handelsvertretungen in die Geschäftsbeziehung mit den vertretenen Unternehmen einbringen.

Die Kunden profitieren:

- Sie finden bei den Handelsvertretungen, die in der Regel mehrere Industriefirmen vertreten, durch das kundenbezogene Sortiment ein Angebot sich ergänzender Produkte.
- Sie können daher den Einkauf mit wenigen Geschäftspartnern rationeller abwickeln.
- Sie haben bei Fragen und Problemen stets einen schnell erreichbaren kompetenten Ansprechpartner.

Umsatzabhängige Kosten

Fixe Vertriebskosten, die der eigene Außendienst verursacht, entfallen bei der Ausgliederung von Vertriebsaufgaben an externe Unternehmen. Die Handelsvertretungen erhalten für ihre Tätigkeit eine Provision, in der Regel einen bestimmten Prozentsatz vom vermittelten Warenumsatz, ergänzt unter Umständen durch Dienstleistungsvergütungen. Die Kosten z. B. Personal- oder Reisekosten trägt jede Handelsvertretung selbst. Dabei gibt es keinen „üblichen“ oder „normalen“ Provisionssatz – das heißt der Provisionssatz muss individuell ausgehandelt werden. Die Höhe des Provisionssatzes hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab z.B. die Intensität der Kundenbearbeitung, die Konkurrenzsituation, die erforderlichen Serviceleistungen, die Marktstellung des vertretenen Unternehmens.

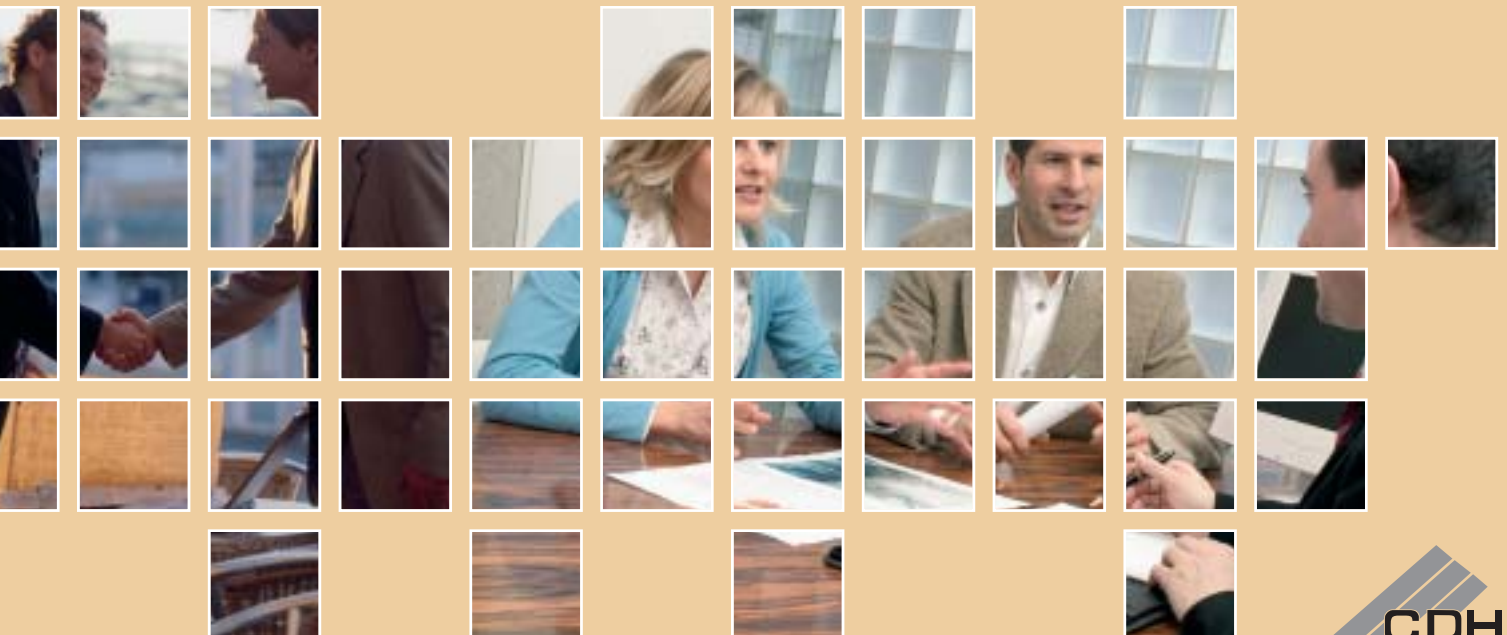
Vertragliche Fixierung

Die Modalitäten der Zusammenarbeit werden vertraglich vereinbart. Im Vertrag werden Fragen geregelt wie: welcher Bezirk/Kundenkreis wird bearbeitet, die Höhe des Provisionssatzes, Pflichten des Handelsvertreters (z. B. Berichtspflicht, Konkurrenzverbot) und anderes mehr. Möglichkeiten zur Vertragsbeendigung durch Kündigung sowie Bedingungen des Ausgleichsanspruchs regelt das Handelsvertreterrecht im HGB.

Eine Handelsvertretung – Ihr Partner?

Sie sollten mit Handelsvertretern zusammenarbeiten, wenn Sie dies wollen:

- Ihr Marktpotential voll ausschöpfen,
- neue Märkte erschließen,
- Informationen über die Marktentwicklung und die Konkurrenz nutzen,
- fixe Vertriebskosten sparen,
- Dienstleistungen im Vertrieb in Anspruch nehmen,
- Ihre Marketingstrategie bei den Abnehmern umsetzen,
- Ihre erklärungsbedürftigen Produkte verständlich machen,
- eine kontinuierliche Verbindung zu Ihren Kunden pflegen,
- einen Partner, der Initiative entwickelt und Engagement zeigt.



Sie wollen mit Handelsvertretungen im Vertrieb zusammenarbeiten?

Wir helfen Ihnen!

Die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin, ist der Spitzenverband der Handelsvermittlungen und Vertriebsunternehmen in der Bundesrepublik. Sie vertritt die Interessen der Mitgliedsbetriebe im politischen Bereich und in der Öffentlichkeit und unterstützt sie in der täglichen Betriebspraxis.

Die CDH vermittelt Kontakte zwischen Industriebetrieben und Handelsvertretungen. In der monatlich erscheinenden Verbandszeitschrift „H&V Journal Wirtschaftsmagazin für Handelsvermittlung und Vertrieb“, dem führenden Medium für diesen Bereich, werden Vertretungsangebote veröffentlicht. Bitte wenden Sie sich dazu an den Siegel-Verlag, Mainzer Landstr. 238, 60326 Frankfurt/Main, Telefon 069/75 89 09 50, Telefax 069/75 89 09 60, e-mail: hv-journal@svffm.de, www.svffm.de

Auf unseren Internet-Plattformen www.handelsvertreter.de und www.cdh-markt.de können Sie Kontakt zu Handelsvertretungen aufnehmen.

Auf den wichtigen Messen und Ausstellungen in der Bundesrepublik können Sie darüber hinaus unseren kostenlosen Vermittlungsservice nutzen.

Die 13 CDH-Landesverbände in allen Teilen der Bundesrepublik helfen Ihnen bei der Vertretungsvermittlung ebenfalls weiter.

Nehmen Sie Kontakt auf:

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH)
Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin
Telefon: 030/7 26 25-600, Telefax: 030/7 26 25-699
E-Mail: centralvereinigung@cdh.de, Internet: www.cdh.de



Ausführliche Informationen über den Vertrieb mit Handelsvertretungen liefert Ihnen die Publikation vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) in Zusammenarbeit mit der CDH:

Outsourcing Vertrieb – Handelsvertretungen als Marktpartner der Industrie, Kaapke/van Baal/Paffhausen/Pfeil, Shaker Verlag, Aachen, zu beziehen über die CDH-Wirtschaftsdienst-GmbH, 18403 Berlin, oder im Internetshop www.shop.cdh24.de zum Preis von 30,80 Euro, ISBN 3-8322-2568-4

Alle Vereinbarungen mit Ihren Handelsvertretungen sollten in schriftlichen Verträgen festgehalten werden.

Sie suchen Vertragsmuster?

Auch da können wir Ihnen helfen. Wir bieten Musterverträge an in deutscher Sprache (2 Exemplare 6,50 Euro zzgl. MwSt. und Versand) sowie zweisprachig in englisch-deutsch, französisch-deutsch, italienisch-deutsch, niederländisch-deutsch, spanisch-deutsch (je 2 Exemplare 8,00 Euro zzgl. MwSt. und Versand), u. a. im CDH-Internetshop erhältlich unter www.shop.cdh24.de.

