

## Vertriebsstruktur

Je nach konkreter Situation (Art des Produktes; Kapazitäten des Unternehmens; Marktentfernung; übliche Vertriebsstrukturen auf dem jeweiligen Markt) können verschiedene Vertriebswege zielführend sein.

### Vergleich: Außendienstmitarbeiter - Handelsvertreter - Händler

Marktbe- arbeitung	Eigener Außendienstmitarbeiter	Handelsvertreter	Händler
Kennzeichen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Weisungsgebundener Angestellter</li> <li>- fixes Gehalt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- handelt in fremdem Namen und auf fremde Rechnung</li> <li>- Provision (3-10% des Umsatzes)</li> <li>- Schutzvorschriften hinsichtlich der Auflösungsmöglichkeiten des Vertretungsvertrages und der Ausgleichsansprüche bei Vertragsbeendigung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- handelt in eigenem Namen und auf eigene Rechnung</li> <li>- Kalkulation eines Handelsaufschlages</li> <li>- Spezialisierung auf bestimmte Produkte und Regionen</li> <li>- Endabnehmer nicht bekannt</li> <li>- Kein Ausgleichsanspruch</li> </ul>
Vorteile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abschätzung der Produktionskapazitäten</li> <li>- aktive Marktbearbeitung</li> <li>- persönliche Kundenkontakte</li> <li>- hohe Markttransparenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Markt- und Sprachkenntnisse</li> <li>- aktive Marktbearbeitung</li> <li>- persönliche Kundenkontakte</li> <li>- hohe Markttransparenz</li> <li>- proportionale Kosten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marktkenntnis</li> <li>- Kundenkontakte</li> <li>- Lager, Service</li> <li>- ein Waren- und Rechnungsempfänger</li> </ul>
Nachteile	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal- und Reisekosten</li> <li>- hohe Auftragsabwicklungskosten (mehrere Waren- und Rechnungsempfänger)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auftragsabwicklungskosten (mehrere Waren- und Rechnungsempfänger)</li> <li>- mehrere Firmen werden betreut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Konkurrenzprodukte können geführt werden</li> <li>- geringe Markttransparenz</li> <li>- wenig Einfluss auf Verkaufspolitik</li> </ul>

Wenn man einerseits nicht komplett die Kontrolle der Marktbearbeitung abgeben will und andererseits die Kosten und das Risiko in einem ersten Markterschließungsstadium überschaubar bleiben sollen, ist in vielen Fällen v.a. für Kleinunternehmen der Einsatz eines Handelsvertreters zu empfehlen.