

Sie wollen mit Handelsvertretungen im Vertrieb zusammenarbeiten?

Wir helfen Ihnen!

Die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V., Berlin, ist der Spitzenverband der Handelsvermittlerbetriebe 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 Industrie- und Handelsvertreterbetrieben. In der 10 x jährlich erscheinenden Verbandsfachzeitschrift „Sales Excellence – Zeitschrift für Handelsvermittlung und Vertriebsmanagement“, dem führenden Medium für diesen Bereich, werden Vertretungsangebote veröffentlicht. Bitte wenden Sie sich dazu an:

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
 Abraham-Lincoln-Str. 46
 65189 Wiesbaden
 Telefon 0611/7878-555
 E-Mail: anzeigen-wiesbaden@springernature.com
www.springerfachmedien-wiesbaden.de

Auf unserer Internet-Plattform www.handelsvertreter.de können Sie Kontakt zu Handelsvertretern aufnehmen. Die 10 CDH-Landesverbände in allen Teilen der Bundesrepublik helfen Ihnen bei der Vertretungsvermittlung ebenfalls weiter.

Ausführliche Informationen über den Vertrieb mit Handelsvertretern 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, 10873 Berlin oder im Internetshop www.cdh-wdgmbh.de zum Preis von **30,80 Euro** inkl. 7% MwSt. zzgl. 3,45 Euro Versand, ISBN 978-3-8322-2568-1

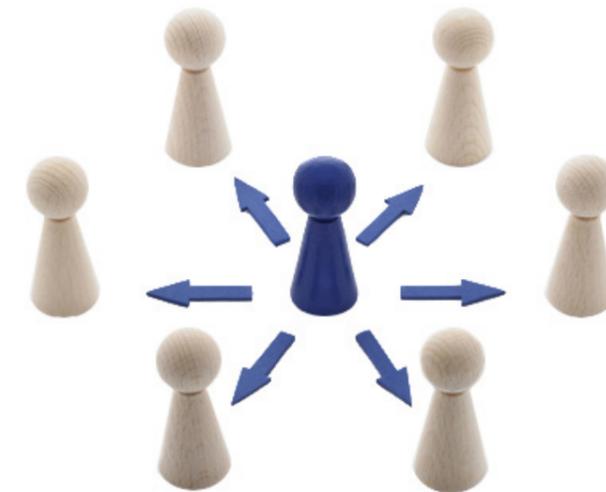
Alle Vereinbarungen mit Ihren Handelsvertretern sollten in schriftlichen Verträgen festgehalten werden.

Sie suchen Vertragsmuster?

Auch da können wir Ihnen helfen. Wir bieten Musterverträge in deutscher Sprache an (**2 Exemplare 7,95 Euro** inkl. 19% MwSt. zzgl. 2,50 Euro Versand bzw. **digital** zum Herunterladen für **19,98 Euro**) sowie zweisprachig in englisch-deutsch, französisch-deutsch, italienisch-deutsch, niederländisch-deutsch, polnisch-deutsch, spanisch-deutsch, tschechisch-deutsch, ungarisch-deutsch, türkisch-deutsch und russisch-deutsch. (**je 2 Exemplare 9,95 Euro** inkl. 19% MwSt. zzgl. 2,50 Euro Versand bzw. **digital** zum Herunterladen für **19,98 Euro**), u.a. im CDH-Internetshop erhältlich unter www.cdh-wdgmbh.de.

Outsourcing Vertrieb

Handelsvertretungen als Marktpartner der Industrie



kompetent • erfolgsorientiert • leistungsstark • kostengünstig

Vertrieb: Make or Buy – eigener Außendienst oder externes Knowhow?

- **Der Vertrieb wird immer wichtiger:**
Gute Produkte allein sind keine Garantie 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 Vertriebsfunktionen an externe Spezialisten ausgliedert werden.



Kernkompetenz Vertrieb

Kernkompetenz Vertrieb: Rund 32.000 Handelsvertreterbetriebe 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. Handelsvertreter sind in einen großen Teil aller Warenströme in Deutschland, mit vermittelten Warenumsätzen von etwa 195 Mrd. Euro im Jahr, eingeschaltet.

Dienstleistungen im Vertrieb

Produkte sind austauschbar – Problemlösung und Service nicht. Handelsvertreter 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 Handelsvertreter in die Geschäftsbeziehung mit den vertretenen Unternehmen einbringen.

Die Kunden profitieren:

- » Sie finden bei den Handelsvertretern, 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 Handelsvertreter 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“ Provisionsatz – das heißt, der Provisionsatz muss individuell ausgehandelt werden. Die Höhe des Provisionsatzes hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab z.B. von der Intensität der Kundenbearbeitung, von der Konkurrenzsituation, von den erforderlichen Serviceleistungen, von der Marktstellung des vertretenen Unternehmens.

Vertragliche Fixierung

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

Ein Handelsvertreter – Ihr Partner?

Sie sollten mit Handelsvertretern zusammenarbeiten, wenn Sie folgendes 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.



info@cdh.de
cdh.de