

Distributionsorgane

Handlungsreisender

- Angestellter (Außendienstmitarbeiter) ⇒ Handlungsbevollmächtigter (§ 59 ff. HGB), weisungsgebunden
- Vertretungsmacht: Vermittlungsvollmacht (Bestätigung durch das Unternehmen) oder Abschlussvollmacht
- Vertragsabschlüsse im Namen und auf Rg. des Auftraggebers
- Vergütung: Gehalt (Fixum) + Umsatzbeteiligung (Provision); meist Firmenwagen, Ersatz von Aufwendungen (Spesen), Ausstattung mit Werbematerial, Notebook
- Aufgaben: Kontaktpflege mit Kunden, Anbieten von Waren u. Dienstleistungen, Entgegennahme von Bestellungen und Reklamationen/Mängelrügen, Beschaffung von Absatzinformationen, Schreiben von Reiseberichten,
- Pflichten: Bemühungspflicht um Abschlüsse, Benachrichtigungspflicht des Auftraggebers, Treue- und Verschwiegenheitspflicht, Wettbewerbsverbot, er darf keine geschlossenen Verträge ändern, bei Inkassovollmacht kann er Zahlungen entgegennehmen (Inkassoprovision)
- Vorteil: besserer Einsatz für die Produkte seines Arbeitgebers; weisungsgebunden, keine freie Gestaltung seiner Tätigkeit; er kann mit Marktforschung, Kundenpflege, Verkaufsförderung usw. betraut werden; gute Verkaufsverhandlungen und gute Produktkenntnisse, Konzentration auf den Absatz der Produkte eines Unternehmens; flexibel einsetzbar
- Nachteil: Hohe Personal-Fixkosten, bei geringen Umsätzen zu hohe Kosten;

Handelsvertreter

- Selbstständiger Kaufmann (Gewerbetreibender); handelt im fremden Namen und auf fremde Rg. (Vermittlung von Geschäften/Vertragsabschlüsse im Namen der zu vertretenden Firmen ⇒ Vermittlungs-/Abschlussvertreter hat auch Inkassovollmacht); Mängelrügenentgegennahme,
- Vergütung: Provision (die alle Kosten deckt)
- Nicht direkt weisungsgebunden, aber er muss bestimmten Anweisungen seines Auftraggebers folgen; Selbstbestimmung seiner Arbeitszeit; im Wesentlichen freie Gestaltung seiner Tätigkeit
- I. d. R. Mehrfirmenvertreter (Komplementärartikel), Sortiment aus Produkten mehrerer Firmen
- Pflichten: Bemühung, Benachrichtigung, Sorgfalt, Befolgung, Verschwiegenheit; Reiseberichterstellg., keine Artikel von Konkurrenzunternehmen
- Rechte: Überlassung von Unterlagen (Muster); Benachrichtigung ob Annahme oder Ablehnung des vermittelten Geschäftes; Abschlussprovision (auch für Nachbestellungen); Bezirksvertreter bekommt Provision für alle Geschäfte in seinem Bezirk; Delkredereprovision (bei Haftungsübernahme für den Zahlungseingang); Inkassoprovision (zusätzlich für ordnungsgemäß eingezogene Gelder); Ausgleichsanspruch (nach Ausscheiden max. Jahresprovision aus Durchschnitt der letzten 5 Jahre); Buchauszug zur Kontrolle der Abrechng.
- Vorteil: geringe Kosten bei geringem Umsatz; lückenloses billiges Erschließen eines Absatzgebietes; Lohnnebenkosten u. Kosten zur Errichtung eines Arbeitsplatzes entfallen; evtl. objektiver und glaubwürdiger weil unabhängig von Produkten eines Unternehmens; oft eigenes Auslieferungslager daher Übernahme von Teilen der Lagerhaltung und Logistik;
- Nachteile: Hauptinteresse gilt den umsatzstarken Produkten, stark erklärungsbedürftige Produkte oder Neueinführungen könnten vernachlässigt werden; keine Weisungsgebundenheit daher keine Übernahme von Zusatzaufgaben; evtl. wird nicht ganze Arbeitskraft eingesetzt, da meist noch für andere Firmen tätig;

Entscheidung über den Einsatz eines Handlungsreisenden oder Handelsvertreters aus Kostengesichtspunkten (Kritischer Umsatz)

Kommissionär

- Selbstständiger Kaufmann (Gewerbetreibender) kauft / verkauft im eigenen Namen und auf Rechnung des Auftraggebers (Kommittent), ohne dass er Eigentümer wird ⇒ Einkaufs-/ Verkaufskommissionär; Abschlussvollmacht;
- Kommissionsware muss erst nach Verkauf bezahlt werden; nicht verkaufte Produkte werden an den Kommittenten zurückgegeben ⇒ kein Risiko und keine Vorfinanzierung für den Kommissionär (so werden eher neue Produkte ins Programm aufgenommen), gleichzeitig aber erhöhtes Risiko für den Industriebetrieb (Kommittenten), da Absatzrisiko
- Kommissionsvertrag; Einsatz des Kommissionärs ständig oder von Fall zu Fall
- Vergütung: Kommission (umsatzabhängige Provision);
- Pflichten: Sorgfaltspflicht; Befolgungspflicht der Anweisungen des Kommittenten; Anzeigepflicht von Ein- u. Verkäufen; Abrechnungspflicht mit dem Kommittenten; Haftung für Verlust oder Beschädigung der in Verwahrung genommenen Ware;
- Rechte: Provisionsanspruch; Ausführungsprovision, Auslieferungsprovision; Delkredereprovision; Ersatz der Aufwendungen (Telefon, Lagermiete, Transportkosten); gesetzliches Pfandrecht bei unbefriedigten Ansprüchen gegenüber dem Kommittenten; Selbsteintrittsrecht (Kommissionär kann selbst liefern/kaufen)
- Vorteile für den Kommittenten: Kommissionär kennt Absatzgebiet und Kaufgewohnheiten und stellt fertige Verkaufsorganisation zur Verfügung, übernimmt Lagerhaltung; vergleichsweise niedrige Kosten; günstig bei Einführung neuer Waren;
- Vorteile für den Kommissionär: Vergrößerung des Sortiments ohne Absatzrisiko, da kein Verkaufsmuss; Kosten trägt der Kommittent; Da meist halbjährliche Abrechnung, Verwaltung großer zinsloser Geldsummen

Handelsmakler

- Selbstständiger Kaufmann (Gewerbetreibender) übernimmt Vermittlung von Verträgen, ohne in einem ständigen Vertragsverhältnis zu stehen (von Fall zu Fall tätig im fremden Namen und für fremde Rg.); Zusammenführung vertragswilliger Partner
- Zivilmakler (z.B. Grundstücks-, Heiratsmakler) sind keine Handelsmakler ; Warenmakler (Kauf/Verkauf von Waren); Effektenmakler (An- und Verkauf von Wertpapieren); Frachtmakler (Frachtverträge zwischen Absender und Frachtführer); Versicherungsmakler (z.B. Seeversicherungen); Schiffsmakler (Verträge über Schiffsraum und Liegeplätze); größte Bedeutung im Exportgeschäft, da sie oft Kenner bestimmter Gebiete sind
- Vergütung: Maklergebühr (Courtage), wenn nicht vereinbart, dann ortsüblicher Betrag; beide Parteien zahlen je die Hälfte nach Abschluss; Anspruch auf Auslagenersatz nur wenn vertraglich vereinbart;
- Pflichten: Interessenwahrung beider Partner; Ausstellen einer Schlussnote; Führung eines Tagebuches; Auskunftspflicht; Haftpflicht

Vertragshändler

- Selbstständiger Kaufmann, kauft/verkauft im eigenen Namen und für eigene Rg.; langfr. Vertragsbindung an Hersteller (z.B. bei hochwertigen Gütern wie Autos);
- Vergütung: umsatzabhängige Provision
- Rechte: Alleinvertriebsrecht für einen best. Bezirk (Gebietsschutz); Recht auf Überlassung von Mustern u. Ausstellungsstücken;
- Hersteller übernimmt Werbemaßnahmen, weitgehend Kunden- u. Reparaturdienst
- Sortimentsbindung (Aufbau des Sortiments wird vorgeschrieben); Vertriebsbindung (Vorschrift, welche Kunden beliefert werden dürfen, z.B. Vertrieb nur an Fachgeschäfte); Mindestverkaufsmengenbindung; Mindestlagermengenbindung

Franchising

- Starke Bindung von Hersteller und Händler; rechtlich u. wirtschaftlich selbständige Händler tragen volles Geschäftsrisiko, aber Franchise-Geber haben Einfluss auf die Absatzpolitik
- o Einheitliche Marketingmaßnahmen
- o Verkauf unter Emblem des Herstellers
- o Gleiche Ausstattung der Läden
- o Nur Produkte des F-Gebers zu einheitlichen Preisen
- o F-Geber entwickelt Produkte, Aufmachung, Verpackung, Namen und finanziert Werbung
- Konkurrenzschutz (F-Geber darf jeweils nur einen F-Nehmer in einem jeweiligen Absatzgebiet beliefern, dafür wird dem Geber eine Gebühr in Form einer Umsatzbeteiligung entrichtet)

F-Geber	F-Nehmer
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verfügt über eine Produktgruppe u. eine originelle Geschäftsidee ▪ gewährt Nutzungsrechte (z.B. Namen, Symbole, Patente, Know-how) ▪ stellt Erfahrungswissen, Geschäftsgeheimnisse u. allg. Unterstützung zur Verfügung ▪ kümmert sich um einheitliche Werbung ▪ behält sich Kontrollrechte vor ▪ prüft die Vertrauenswürdigkeit des Partners ▪ prüft die Rentabilität ▪ stellt Einrichtungen zur Verfügung ▪ verhilft seinem Partner zu Kapital ▪ bildet den F-Nehmer u. dessen Mitarbeiter aus u. unterstützt bei der Unternehmensgründung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ begleicht Einrichtungs- oder Anfangsinvestitionen ▪ ist verpflichtet, Rohstoffe oder Fertigwaren ausschließl. vom F-Geber zu beziehen ▪ entrichtet umsatzabhängige Gebühr ▪ verkauft Waren nach den vom F-Geber vorgegebenen Richtlinien ▪ verkauft in eigenem Namen, auf eigene Rg. auf eigenes Risiko ▪ hat ein einheitliches Auftreten nach außen, z.B. gleiche Geschäftsbezeichnung, Aufmachung u. Ausstattung ▪ eignet sich das notwendige Fachwissen an ▪ ist in seinen Entscheidungen abhängig vom F-Geber

Verkaufssyndikat

- Syndikat: rechtlich u. wirtschaftlich selbstständiges Verkaufsunternehmen; mehrere Herstellungsbetriebe der gleichen Branche haben sich durch einen Kartellvertrag zum Verkauf ihrer Erzeugnisse durch ein gemeinsames Verkaufsbüro zusammengeschlossen; damit wird lediglich die Absatzfunktion ausgegliedert; Syndikate sind vom Kartellamt genehmigungspflichtig, da sie die Konkurrenz auf der Absatzseite ausschalten und so den Preis- u. Konditionenwettbewerb verhindern (z.B. Ruhrkohle AG)
- mehrere Firmen gründen gemeinsam eine Verkaufsgesellschaft, nehmen Kundenaufträge entgegen und leiten sie nach einem Schlüssel an die Unternehmen weiter; Zahlung an das Syndikat ⇒ kostengünstige Zentralisation des Absatzes; Produktionsbetriebe können sich wieder der Herstellung widmen; Syndikat kann Bestellungen zwischenfinanzieren oder beschleunigt abwickeln

Direkter Absatz

Vorteile:

- Besserer Kundenkontakt (Berücksichtigung spezieller Wünsche, bessere Vorstellung der Produkte, intensive Beratung)
- Besserer Kundendienst (werkseigene Mitarbeiter sind auf Produkte spezialisiert)
- Schnelle Belieferung (kürzere Vertriebswege durch Ausschaltung des Zwischenhandels)
- Einsparung der Handelsspannen (Handlungskosten u. Gewinne der Zwischenhändler)
- Unabhängigkeit von den Handelsbetrieben (alle absatzpolitischen Bemühungen können unabhängig vom Handel durchgeführt werden)

Nachteile:

- Unvollständige Markterfassung (nicht alle Produkte eignen sich z.B. Lebensmittel; Verbraucher sind evtl. nicht bereit große Beschaffungsmühen auf sich zu nehmen; nicht alle Absatzchancen werden wahrgenommen)
- Erhöhte Lagerhaltung (Ausgleich zwischen Produktion und Verbrauch muss Hersteller selbst übernehmen)
- Kleinere Auftragsgrößen (für Massenprodukte ist durch viele kleine Bestellungen ein aufwendiger Vertriebsapparat erforderlich)
- Erhöhte Kosten (Produkte mit niedrigen Preisen werden mit hohen Absatzkosten belastet)
- Verminderte Liquidität (Der Handel bestellt größere Mengen, dadurch kann der Industriebetrieb früher über den Verkaufserlös der Produkte verfügen)

Aufgaben des Großhandels:

- Raumüberbrückung (durch Lieferung an den Einzelhandel)
- Zeitüberbrückung (Kauf von großen Mengen, Abverkauf in kleineren Mengen)
- Sortimentsfunktion (durch Zusammenfassen verschiedener Produkte von verschiedenen Unternehmungen)
- Finanzierungsfunktion (die großen Aufträge werden an den Industriebetrieb bezahlt und erst nach und nach gehen die Kundenzahlungen ein ⇒ Vorfinanzierung)
- Beratungsfunktion (Kunden bekommen Produkte erklärt)

Funktionen des Handels:

Warenfunktion:

- Verteilender / Sammelnder Handel (Verbrauch in kleinen Mengen, Produktion in großen Mengen)
- Sortimentshandel (Zusammenstellung von Artikeln, die verlangt werden)

Überbrückungsfunktion:

- Raumüberbrückung (durch Lieferung vom Produktionsort zum Ort des Verbrauches)
- Zeitüberbrückung (durch Lagerung im Handel, da Produktion und Verwendung zeitlich oft nicht übereinstimmen)
- Preisausgleich (zwischen dem Ort der Erzeugung und dem Ort der Verwendung)

Vermittlungsfunktion (Vermittler zwischen Produzent und Verbraucher; Verbesserung der Marktübersicht; Beratung des Kunden)