

Break-Even-Analyse: Handelsreisende vs. Handelsvertreter*innen

Handelsreisende*r oder Handelsvertreter*in? So treffen Sie die richtige Wahl

Sie stehen vor der Entscheidung, wie Sie die Produkte Ihres Unternehmens am besten verkaufen – also wie Sie den Vertrieb gestalten wollen. Diese Frage ist ein zentraler Teil Ihrer **Distributionspolitik** und damit des gesamten **Marketing-Mix**. Die Entscheidung, ob Sie Handelsreisende oder Handelsvertreter*innen einsetzen wollen, ist eine von vielen, die hier getroffen werden müssen.

Erstmal zur **betrieblichen Einordnung**: In vielen Unternehmen gibt es Mitarbeitende oder selbstständige Personen, die Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Diese Personen helfen dem Unternehmen dabei, neue Kunden zu gewinnen und Aufträge zu erhalten. Sie tragen also dazu bei, dass das Unternehmen mehr Umsatz macht.

Handelsreisende und Handelsvertreter*innen gehören zu diesen Verkaufsbereichen. Sie kümmern sich um Kundenkontakte, beraten Kunden, stellen Angebote vor und versuchen, neue Aufträge zu bekommen. Deshalb sind sie auch wichtig im Zusammenhang mit dem Ausbildungsthema „Werbemaßnahmen umsetzen und Aufträge bearbeiten“. Werbemaßnahmen sollen Kunden überzeugen. Danach folgt oft die Arbeit der Handelsreisenden oder der Handelsvertreter*innen: Sie fahren zum Kunden, erklären Produkte und helfen dabei, dass aus einer Werbung ein echter Auftrag wird.



Ob Sie beispielsweise einen festen Mitarbeiter (Handelsreisender) oder eine selbstständige Partnerin (Handelsvertreterin) beauftragen, ist eine wichtige Entscheidung: Beide Wege haben Vor- und Nachteile, die sich auf Kosten, Kontrolle und Risiko auswirken. Auch Ihre Kontrolle über das Markenimage und wie Sie am Markt wahrgenommen werden hängt mit von dieser Entscheidung ab.

Im Folgenden werden Ihnen die Unterschiede aufgezeigt und erklärt, wie Sie die beste Wahl für Ihr Unternehmen treffen.

1. Handelsreisende: Die festen Mitarbeitenden

Handelsreisende sind Angestellte Ihres Unternehmens. Das bedeutet, sie müssen Ihren Anweisungen folgen und sind fest in die Firma integriert.

- **Status:** Angestellte, die einen Arbeitsvertrag haben.
- **Bezahlung:** Erhalten ein festes Gehalt, oft plus eine kleine Provision.
- **Sozialversicherung:** Sie als Arbeitgeber zahlen Sozialversicherungsbeiträge.
- **Kontrolle:** Sie haben die volle Kontrolle und können genau vorgeben, was er*sie zu tun hat.
- **Risiko:** Das volle finanzielle Risiko liegt bei Ihnen – auch wenn mal wenig verkauft wird.

2. Handelsvertreter*innen: Die selbstständigen Partner*innen

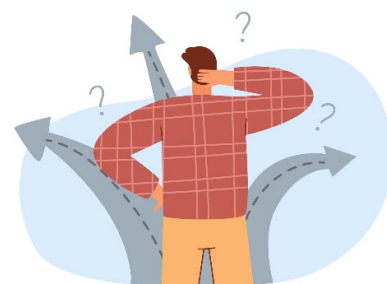
Handelsvertreter*innen sind eigenständige Unternehmer*innen. sie arbeiten im Auftrag Ihres Unternehmens, aber auf eigene Rechnung.

- **Status:** Selbstständige, die nach dem Handelsgesetzbuch (HGB) arbeiten.
- **Bezahlung:** Leben hauptsächlich von Provisionen. Nur wenn sie etwas verkaufen, verdienen sie.
- **Sozialversicherung:** Die Handlungsvertreter*innen sind für ihre Versicherungen selbst verantwortlich.
- **Kontrolle:** Die Handlungsvertreter*innen sind in ihrer Arbeitszeit und Arbeitsweise weitgehend frei.
- **Risiko:** Ihr Risiko als Unternehmen ist gering, da Sie hauptsächlich bei Erfolg zahlen.

3. Warum ist der Unterschied für Unternehmen wichtig?

Für Unternehmen ist es wichtig zu wissen, ob sie z.B. eine Handelsreisende oder einen Handelsvertreter einsetzen wollen.

- Ein*e Handelsreisende*r kostet das Unternehmen mehr feste Ausgaben, weil es das Gehalt und die Kosten übernimmt.
- Ein*e Handelsvertreter*in verursacht weniger feste Kosten, bekommt aber höhere Provisionen.



Unternehmen müssen also überlegen: Was ist günstiger? Was ist besser für die Kundengewinnung? Das hängt davon ab, wie viel Umsatz erwartet wird und wie die Kunden betreut werden sollen.

4. Wann lohnt sich wer? Die Break-Even-Analyse



- Die **Break-Even-Analyse** zeigt, ab welchem Punkt sich eine Tätigkeit finanziell lohnt.
- Der **Break-Even-Point** ist bei dieser Analyse der Punkt, an dem Einnahmen und Ausgaben gleich hoch sind. Ab diesem Punkt beginnt der Gewinn. Die Leitfrage, um diesen Punkt zu ermitteln, lautet also: „Wie viel Umsatz ist nötig, um die eigenen Kosten zu decken?“

Zurück zu unserer Frage „Handelsreisende oder Handelsvertreter*innen für den Vertrieb unserer Produkte einsetzen?“: Mit der Break-Even-Analyse finden Sie heraus, ab welchem Umsatz eine Option günstiger ist als die andere. Der "Break-Even-Punkt" ist der Umsatz, bei dem die Kosten für beide Modelle genau gleich hoch sind.

Nach dieser Berechnung können Sie eine klare, zahlenbasierte Entscheidung treffen.

- Liegt Ihr erwarteter Umsatz **unter** dem Break-Even-Point, ist ein*e **Handelsvertreter*in** in der Regel die günstigere Wahl.
- Liegt Ihr erwarteter Umsatz **darüber**, ist ein*e **Handelsreisende*r** finanziell vorteilhafter.

Um das berechnen zu können berechnen, müssen wir zwei Arten von Kosten verstehen:

- **Fixkosten:** Das sind die Kosten, die immer anfallen, egal wie viel verkauft wird. Bei **Handelsreisenden** sind das vor allem das Gehalt und die Sozialabgaben.
- **Variable Kosten:** Das sind Kosten, die vom Verkauf abhängen und mit dem Umsatz steigen. Bei **Handelsvertreter*innen** ist das die Provision. Aber auch Handelsreisende können eine kleine, zusätzliche Provision erhalten.

Zusammengefasst: Stellen Sie sich die Break-Even-Analyse wie eine Waage vor. In die eine Waagschale legen Sie die Fixkosten (z.B. das Gehalt für einen Handelsreisenden) und in die andere die variablen Kosten (z.B. die Provision für einen Handelsvertreter). Der Break-Even-Point ist der Moment, in dem die Waage perfekt ausbalanciert ist. An diesem Punkt sind die Kosten für beide Vertriebsformen exakt gleich hoch. Das hilft Ihnen zu entscheiden, welcher Weg für Ihr Unternehmen der günstigere ist.

Beispielrechnung:

- Fixkosten für den Handelsreisenden: 60.000 € pro Jahr
- Provision für den Handelsvertreter: 10 % vom Umsatz
- Variable Kosten beim Handelsreisenden (z.B. kleine Extra-Provision): 2 %

Ergebnis: Bei einem Umsatz von 750.000 € sind beide gleich teuer.

- **Unter 750.000 € Umsatz:** Der **Handelsvertreter** ist günstiger.
- **Über 750.000 € Umsatz:** Der **Handelsreisende** ist die bessere Wahl.

5. Beispiel-Szenarien

Beispielszenario 1: Das Start-up "Innovativ"

"Innovativ" ist ein junges Unternehmen, das ein neues Software-Produkt auf den Markt bringt. Die Gründer sind sich unsicher, wie hoch der Umsatz im ersten Jahr sein wird, rechnen aber eher vorsichtig.

- Die Annahmen:
 - Option A: Handelsreisender
 - Fixkosten (Gehalt, Auto etc.): 50.000 € pro Jahr
 - Zusätzliche Provision: 2 % vom Umsatz
 - Option B: Handelsvertreter
 - Provision: 10 % vom Umsatz

- Die Berechnung des Break-Even-Punkts:

Gesucht ist der Umsatz (U), bei dem die Kosten gleich sind.

Kosten Handelsreisender = Kosten Handelsvertreter

$$50.000 \text{ €} + 0,02 * U = 0,10 * U$$

$$50.000 \text{ €} = 0,08 * U$$

$$U = 50.000 \text{ €} / 0,08 = 625.000 \text{ €}$$

- Ergebnis für "Innovativ":

Der Break-Even-Punkt liegt bei 625.000 € Umsatz. Da das Start-up eher mit einem geringeren Umsatz im ersten Jahr rechnet (z.B. 400.000 €), wäre der Handelsvertreter die deutlich günstigere Wahl. Das Risiko ist geringer, da nur bei tatsächlichem Erfolg hohe Kosten anfallen.

Beispielszenario 2: Der etablierte Mittelständler "Stabil"

"Stabil" ist ein Maschinenbauer mit einem festen Kundenstamm und stabilen, hohen Umsätzen. Das Unternehmen möchte sein Vertriebsgebiet erweitern.

- Die Annahmen:
 - Option A: Handelsreisender
 - Fixkosten (Gehalt, Auto etc.): 80.000 € pro Jahr
 - Zusätzliche Provision: 1 % vom Umsatz
 - Option B: Handelsvertreter
 - Provision: 5 % vom Umsatz

- Die Berechnung des Break-Even-Punkts:

Kosten Handelsreisender = Kosten Handelsvertreter

$$80.000 \text{ €} + 0,01 * U = 0,05 * U$$

$$80.000 \text{ €} = 0,04 * U$$

$$U = 80.000 \text{ €} / 0,04 = 2.000.000 \text{ €}$$

- Ergebnis für "Stabil":

Hier liegt der Break-Even-Punkt bei 2.000.000 € Umsatz. Da "Stabil" in dem neuen Gebiet mit einem Umsatz von etwa 2.500.000 € rechnet, ist der Handelsreisende die kostengünstigere Option. Zudem hat das Unternehmen durch den festen Mitarbeiter mehr Kontrolle über den Marktauftritt und die Kundenbetreuung, was bei einem etablierten Unternehmen oft gewünscht ist.

6. Fazit

Die Break-Even-Analyse ist ein super Werkzeug für die finanzielle Seite der Entscheidung. Denken Sie aber auch an die "weichen" Faktoren: Wie viel Kontrolle möchten Sie über den Vertrieb haben? Und wie wichtig ist Ihnen die enge Bindung des Verkäufers an Ihr Unternehmen?