

BRANCHENEINBLICK

Fakten, die über Ihren Erfolg entscheiden.

Selbstständige (bis zu 30h, ca. bis zu 165 Tage/Jahr)

MARKT-, STRASSEN-
UND WANDERHANDEL

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMER:IN

Das Alter von Unternehmer:innen hat häufig einen Einfluss auf die unternehmerische Tätigkeit: Wie viele Jahre Berufs- und Branchenerfahrung hat man bereits aus unselbstständiger Tätigkeit (vor der Gründung), welchen Kundenstamm hat man sich bereits aufgebaut bzw. welche potenziellen Kunden kann man ansprechen? Wie gelingt es, Neukunden ans Unternehmen zu binden?

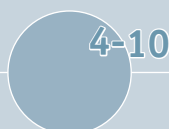
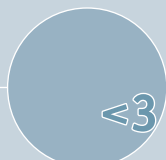
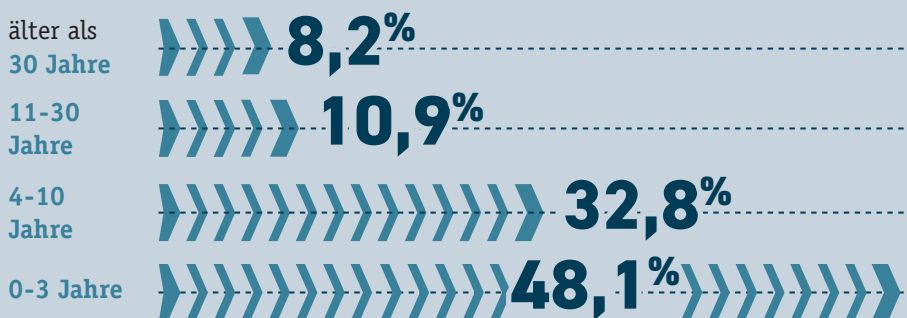


Späterer Schritt in die Selbstständigkeit.

Viele Unternehmer:innen gehen nicht als Selbstständige in die Pension.

ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

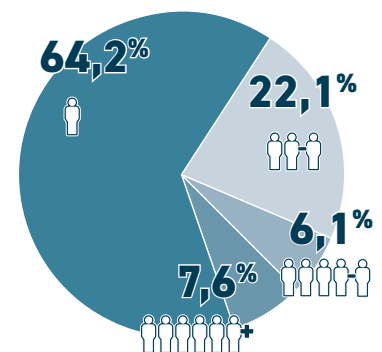
Ein hoher Anteil an jungen Unternehmen deutet auf rege Gründungsaktivität hin. Ein geringer Anteil an Unternehmen, die längerfristig bestehen, kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass kein hinreichend großer Kundenstamm aufgebaut werden kann. Gründungen und Schließungen verändern die Wettbewerbsstruktur innerhalb der Branche.



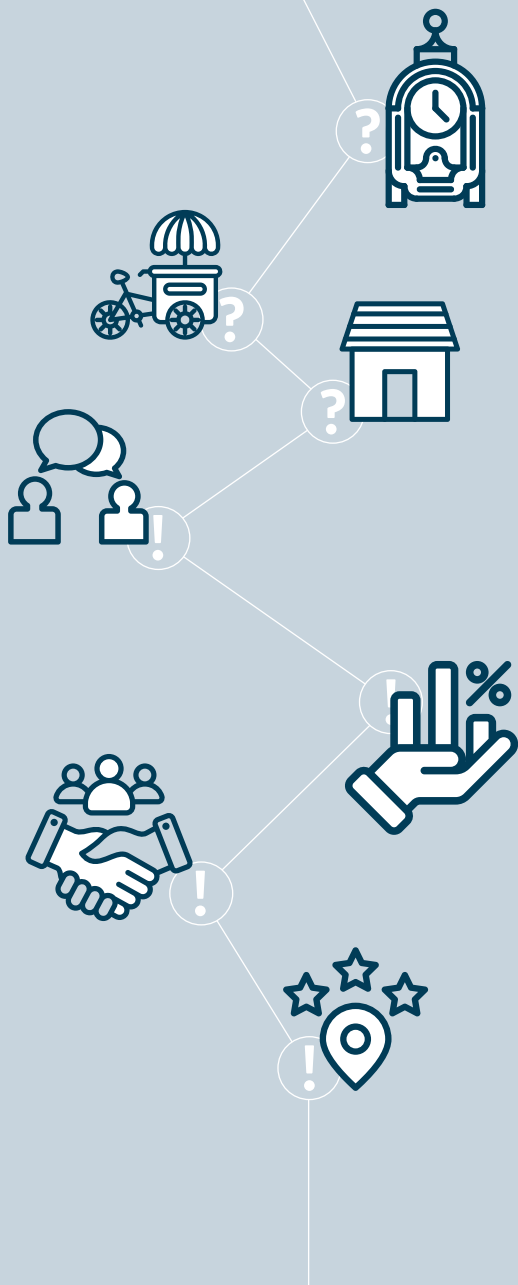
alle Angaben in Jahren

GRÖSSE DER UNTERNEHMEN (BESCHÄFTIGUNG)

Die Unternehmensgröße kann sowohl gemessen an Personen als auch am Umsatz dargestellt werden.



Rund 64 % der Unternehmen sind
Ein-Personen-Unternehmen.



GESCHÄFTSMODELL

Das Geschäftsmodell beschreibt die Funktionsweise eines Unternehmens – wie und wodurch es Gewinne macht.

Es gibt unterschiedliche **Schwerpunktsetzungen** in der Branche, hauptsächlich erfolgt die Ausrichtung des Geschäftsmodells nach dem **Sortiment** und der **Wahl der Märkte**, exemplarisch:

- Anlassmärkte
- Lebensmittelmärkte
- Flohmärkte
- Antiquitätenmärkte

Die **Berufsausübung** erfolgt mobil, d.h. die jeweiligen Märkte werden angefahren und der Verkaufsstand wird dann zeitlich befristet aufgebaut. Das „Fahr- bzw. Einzugsgebiet“ ist entweder auf ein oder mehrere Städte oder Bundesländer ausgerichtet. Die Standortplanung der Marktfahrer:innen richtet sich nach der Verfügbarkeit und den Zeitplänen der jeweiligen Märkte. Die Marktfahrer:innen müssen somit flexibel in ihrer Berufsausübung, hinsichtlich des Einsatzes ihres Equipments und beim Verkauf ihrer Produkte sein, da sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Umgebungen oft ändern.

Aus **Kundenperspektive** sind eine **ausreichende Sortimentsbreite und -tiefe**, eine zentrale Marktlage und eine während der Marktdauer **durchgehende Besetzung des Verkaufsstandes** zentral. Ein weiterer zentraler Punkt ist die preisliche Positionierung. Sehr viele, sehr kleine Anbieter bedeuten aus Kundensicht eine Herausforderung – welcher Anbieter besitzt welche Stärken?

Besonders entscheidend für die **Kundenakquise** in einem umkämpften Markt sind die Verkaufspreise und ein gewisses **Sales-Talent** um eine ausreichende Kundenanzahl für die eigenen Produkte zu begeistern. Eine bewährte Methode (bei Händlern mit wiederkehrend gleichen Marktstandorten) ist darauf hinzuweisen wann und in welchen Abständen wieder auf den jeweiligen Märkten ausgestellt wird, sodass sich speziell **Stammkunden** danach richten können. Für Marktfahrer:innen, die ihre Standorte laufend wechseln, ist die **Auswahl der Standorte** (nach bspw. Kaufkraft, Frequenz) sinnvoll und ein gut frequentierter Standplatz von großer Bedeutung.

ARBEITSZEIT DER UNTERNEHMER:INNEN

Die Arbeitszeit der Unternehmer:innen ist gerade bei Ein-Personen-Unternehmen die Basis für die Geschäftstätigkeit. Die Unternehmer:innen müssen sich sowohl um die Kundschaft (Aufträge) als auch die administrativen Arbeiten (Buchhaltung, Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen etc.) kümmern. **Die Anzahl der Arbeitsstunden ist für die Umsatzhöhe ausschlaggebend.**



Selbstständige arbeiten in Österreich deutlich länger als unselbstständig Beschäftigte.

Unter Berücksichtigung von Urlaub, Feiertagen bzw. Krankenständen ergibt sich eine typische

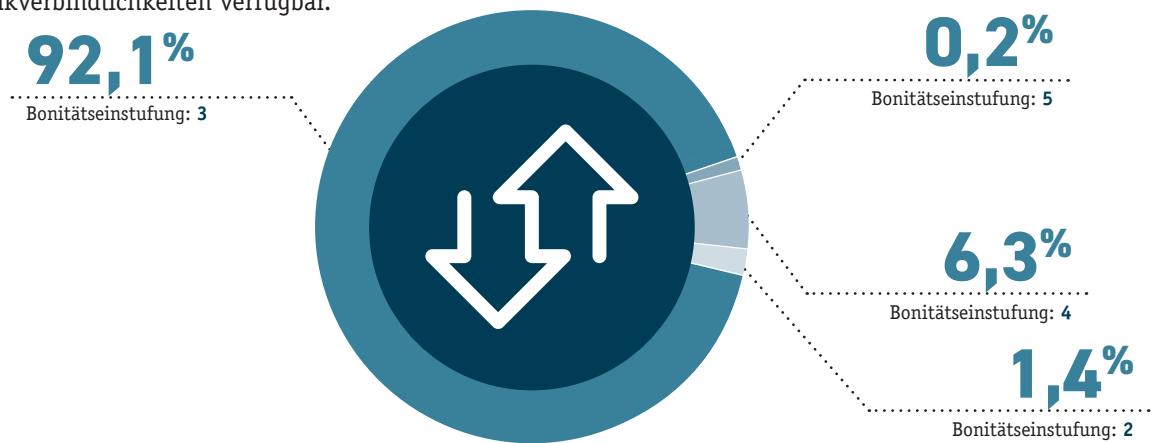
Arbeitswoche von 50 (Vollzeit-) Arbeitsstunden (gegenüber z.B. 40 Stunden bei einem Vollzeitdienstverhältnis).

Die überwiegende Mehrheit der Unternehmer:innen der Branche ist bis zu 30h je Woche an ca. bis zu

165 Tagen im Jahr tätig.

BONITÄT

Das Rating stellt eine Bonitätseinstufung von Unternehmen dar. Es erfolgt eine Einstufung der wirtschaftlichen Lage anhand von Finanzkennzahlen. Die Bonitätsstufen 1 und 2 bedeuten, dass eingestufte Unternehmen ein sehr geringes (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko haben. Die Klasse 3 entspricht einer „durchschnittlichen Bonität“. Die Stufen 4 bis 6 weisen eine sehr schlechte Bonität aus – das (Ausfalls- bzw. Insolvenz-)Risiko liegt über dem Durchschnitt und es sind keine zusätzlichen Bankverbindlichkeiten verfügbar.



BANKVERBINDLICHKEITEN

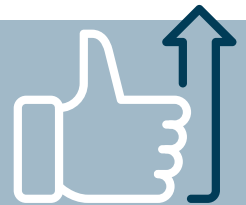
Bankverbindlichkeiten sind verzinstes, rückzahlbares Fremdkapital, für das typischerweise auch Sicherheiten (z.B. die persönliche Haftung der Unternehmer:innen) übernommen werden muss. Langfristige Bankverbindlichkeiten dienen typischerweise zur Finanzierung von Investitionen. Der Kontokorrentkredit zählt zu den kurzfristigen Bankverbindlichkeiten, hierüber erfolgt vielfach die Finanzierung des laufenden Betriebes.



Bei einem Jahresumsatz von € 52.000,- wird im Durchschnitt eine Bankfinanzierung im Ausmaß von rd. € 7.500,- in Anspruch genommen.

BREAK-EVEN-UMSATZ - DIE GEWINNSCHWELLE

Der Break-Even-Point ist jener Wert, bei dem die Einnahmen (Umsatzerlöse) den Ausgaben (Gesamtkosten) entsprechen. Über diesem Punkt wird ein Gewinn erwirtschaftet, darunter ein Verlust.



Auf Basis der o.a. Kostenstruktur ergibt sich ein Mindestumsatz für ein EPU von rd. € 52.000,- p.a.

Bei einem angenommenen Umsatz je Kunde in Höhe von € 15,- exkl. USt (sohin € 18,- inkl. USt) erfordert die Erreichung des Mindestumsatzes insgesamt rd. 2.600 Einkäufe – sohin rd. 12 am Tag.

Die Umsätze je Kunde variieren in dieser Berufsgruppe stark, in Abhängigkeit der gewählten Schwerpunktsetzung.

Erforderlicher

Mindestjahresumsatz: € 52.000,-

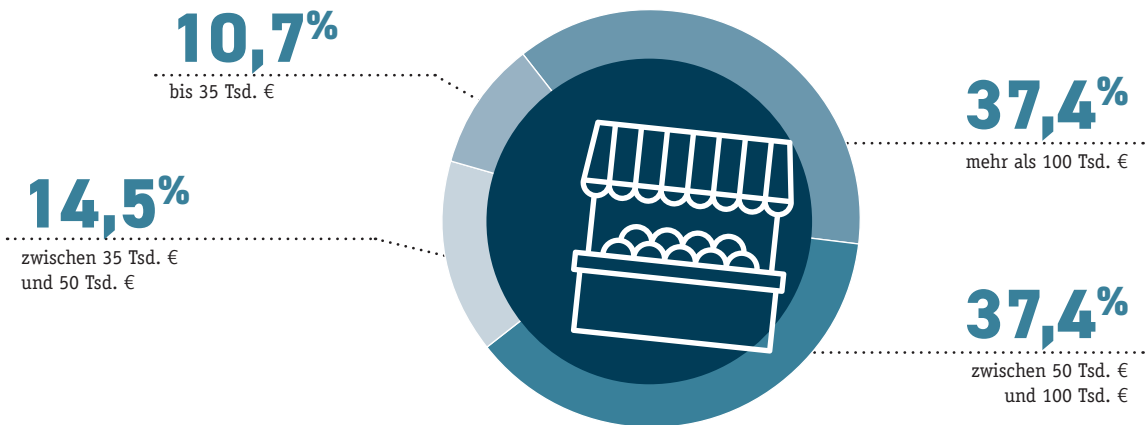
| | |
|-------------------------------|--------------|
| Arbeitstage | 161 |
| Arbeitsstunden (p.a.) | 1.241 |
| Mindest-Stundenumsatz Ø | 32,- |
| Annahme: Umsatz je Einkauf | 15,- |
| Anzahl (Einkäufe/Jahr) | 2.616 |
| Anzahl (Einkäufe/Tag) | 12 |

Viele Unternehmen werden die Kleinunternehmerregelung betreffend USt in Anspruch nehmen.

Besonders in der Zeit nach der Unternehmensgründung, in der Aufbauphase des Kundenstammes, aber auch in Urlaubszeiten etc. kann es zu erheblichen Stehzeiten kommen. Je nach Einkaufsfrequenz sind zwischen 50 % - 70 % der aufgewendeten Zeit als verrechenbar einzustufen. Die nicht verrechenbaren 30 % - 50 % entfallen auf administrative Tätigkeiten oder auf Stehzeiten (abhängig von der Kundenfrequenz). Neben der Verteilung zwischen Stamm- und Laufkunden ist im Hinblick auf den erforderlichen Kundenstamm (Anzahl der Stammkunden) natürlich die Wiederkaufhäufigkeit pro Jahr relevant. Diese ist davon abhängig in welcher Frequenz an denselben Märkten ausgestellt wird und kann bei zwischen 20 % - 50 % liegen.

UMSATZNIVEAUS DER UNTERNEHMEN

Die Höhe der Umsätze ist zentral für den nachhaltigen Bestand des Unternehmens. Eine zu geringe Umsatzhöhe kann dazu führen, dass die Kosten nicht zur Gänze gedeckt werden können. Das bedeutet, dass der/die Unternehmer:in nicht zur Gänze das Unternehmerentgelt verdienen.



! Die meisten Unternehmen mit weniger als € 100.000,- Umsatz sind Ein-Personen-Unternehmen.

KOSTENSTRUKTUR

Es ist zwischen fixen und variablen Kosten zu unterscheiden. Die fixen Kosten fallen an, unabhängig ob das Unternehmen Umsätze erzielt. Es sind die Kosten der Infrastruktur des Unternehmens. Dazu zählen insbesondere die Personalkosten (Entgelt für Arbeitsleistung der Selbstständigen und/oder Beschäftigte) sowie die sonstigen Kosten (z.B. Miete, Versicherungen, ...), aber auch die Abschreibung für Investitionen. Variable Kosten sind abhängig vom Umsatz. Darunter fällt der Material- und Handelswareneinsatz.



Die Branche ist gekennzeichnet von hohen Fixkosten und geringen variablen Kosten (rd. 36 % des Umsatzes).

Hohe Fixkosten bedeuten eine hohe Gewinnschwelle (Break-Even-Punkt). Im Branchendurchschnitt betragen die Fixkosten für ein Unternehmen (EPU), welches rund 165 Tage/Jahr tätig ist, rund € 33.000,-.

Impressum: Wirtschaftskammer Österreich, Abteilung Zielgruppenmanagement, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien, <http://epu.wko.at>, für den Inhalt verantwortlich: Lukas Sprenger, MSc, BSc, Mag. Roman Riedl, Autor: Mag. Peter Voithofer, Grafik: nw-partner.at, Quellen: KMU Forschung Austria, KSV 1870 Information GmbH, Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich, Interviews mit Unternehmer:innen

WEITERE INFOS UND KONTAKTE



Markt-, Straßen- und Wanderhandel:
bit.ly/3hjT3eR



epu.wko.at/kontakt



gruenderservice.at/kontakt