IHK-Zertifikatslehrgang

Zertifizierter Handelsvertreter (IHK)

In Kooperation mit der IHK Wiesbaden

Zielgruppe	Selbständige Handelsvertreter, Quereinsteiger, Existenzgründer im Vertrieb
Turnus	2 x im Jahr
Gesamtumfang	52 Unterrichtseinheiten à 45 Minuten
Format	Online
Konzept	Patrick Horn in Zusammenarbeit mit Naos
Stand	Juli 2026

Gesamtübersicht

Nr.	Thema	UE
Modul 1	Basismodul (für alle Teilnehmenden)	**24 UE**
Modul 2a	Aufbaumodul Einsteiger / Quereinsteiger / Existenzgründer	**24 UE**
Modul 2b	Aufbaumodul Profis / Erfahrene Handelsvertreter	**24 UE**
Prüfung	Hausarbeit + mündliche Präsentation vor Ausschuss	**4 UE**
Gesamt je Weg	Modul 1 + Modul 2a oder 2b + Prüfung	**52 UE**

Modul 1 Basismodul

24 UE UE à 45 Min.

Das Basismodul richtet sich an alle Teilnehmenden – unabhängig davon, ob sie neu im Handelsvertreter-Geschäft sind oder bereits Jahre an Erfahrung mitbringen. Die Inhalte sind so gewählt, dass sie für Einsteiger Orientierung geben und für erfahrene Handelsvertreter substanziellen Mehrwert bieten.

Nr.	Thema	UE
1.1	Begrüßung & Standortbestimmung	4
1.2	Kunden verstehen, binden und zurückgewinnen	4
1.3	KI im Vertriebsalltag – konkrete Anwendungen	4
1.4	Kommunikation, Psychologie und die 5 Blockaden des Handelsvertreters	4
1.5	Betriebswirtschaft für Handelsvertreter	4
1.6	Zeitmanagement, Selbstorganisation und Tourenplanung	4

1.1 Begrüßung und Standortbestimmung / Detlef Persin & Patrick Horn

Unterrichtseinheiten: 4 / 03.12.26

Einstieg in den Lehrgang – Standortbestimmung und Klarheit über die eigene Ausgangslage. Ob am Anfang der Laufbahn oder nach Jahren im Geschäft: Wer weiß, wo er steht, kann gezielt weiterkommen.

- Begrüßung, Ziele des Lehrgangs und Erwartungen der Teilnehmenden
- Das Berufsbild Handelsvertreter heute: Anforderungen, Chancen und Entwicklungen
- Netzwerk und Community
- Standortbestimmung: Wo stehe ich heute – finanziell, fachlich, netzwerktechnisch?
- Persönliche Zielsetzung: Wo will ich hin – und was brauche ich, um dorthin zu kommen?

Ergebnis: Teilnehmende erhalten Klarheit über ihre Ausgangslage und eine ehrliche Standortbestimmung als Grundlage für alle weiteren Lernschritte.

1.2 Kunden verstehen, binden und zurückgewinnen / Prof. Dr. Christian Zielke

Unterrichtseinheiten: 4 / 03.12.26

Der Aufbau eines stabilen Kundenstamms ist die Grundlage jedes erfolgreichen Handelsvertreters. Dieser Block vermittelt die systematische Vorgehensweise – vom ersten Kontakt bis zur professionellen Betreuung und dem richtigen Umgang mit Reklamationen.

- Markt systematisch aufbauen: vom Erstkontakt zur stabilen Kundenstruktur
- Kundendefinition: den idealen Kunden kennen, ansprechen und seinen Nutzen klar kommunizieren
- Kundenbewertung und Priorisierung: Welche Kunden verdienen wie viel Zeit und Energie?
- Systematische Kundenbetreuung: Frequenz, Qualität, Verbindlichkeit
- Reklamation als Chance: Deeskalation, lösungsorientierte Kommunikation, vom Problem zum Neuabschluss

Ergebnis: Teilnehmende bauen einen strukturierten Kundenstamm auf, betreuen ihn systematisch und gehen professionell mit Reklamationen um.

1.3 KI im Vertriebsalltag – konkrete Anwendungen / Norbert Ackermann

Unterrichtseinheiten: 4 / 04.12.24

KI kann Vertriebsarbeit spürbar schneller, gezielter und individueller machen. Entscheidend ist der richtige Einsatz im Arbeitsalltag.

- KI, generative KI, Chatbots und Agents – was ist was?
- KI als persönlichen Vertriebsassistenten nutzen
- Leads recherchieren und Kundengespräche gezielter vorbereiten
- Präsentationen, E-Mails, Angebote und Nachfassaktionen schneller erstellen
- Eigene Websites und Landingpages mit KI erstellen
- Chancen, Grenzen und Datenschutz sicher einschätzen
- Eigene konkrete KI-Anwendungsfälle für den Vertriebsalltag entwickeln

Ergebnis: Die Teilnehmenden erkennen, wo KI im Vertrieb echten Mehrwert schafft, und können sie direkt im eigenen Arbeitsalltag einsetzen. Konkrete, sofort umsetzbare Anwendungen sorgen für einen unmittelbaren praktischen Nutzen

1.4 Kommunikation, Psychologie und die 5 Blockaden des Handelsvertreters / P. Horn

Unterrichtseinheiten: 4 / 04.12.26

Erfolgreicher Vertrieb beginnt im Kopf – und im Gespräch. Wer sich selbst und andere besser versteht, kommuniziert klarer, baut schnelles Vertrauen auf und erkennt die eigenen Hindernisse, bevor sie zum Problem werden. Dieser Block verbindet die psychologischen Grundlagen wirksamer Kommunikation mit einem ehrlichen Blick auf die eigenen Blockaden.

Kommunikation und Psychologie:

- Grundlagen der Gesprächsführung: aktives Zuhören, Fragetechniken, Ich-Botschaften
- Kundentypologien verstehen: das DISG-Modell im Überblick und in der Anwendung
- Schwierige Gesprächssituationen meistern: Ablehnung, Kritik und Konflikte souverän handhaben

Die 5 Blockaden des Handelsvertreters:

- Angst vor Ablehnung
- Fehlende Selbstorganisation
- Unklare Positionierung
- Mangel an digitaler Kompetenz
- Überlastung und psychische Belastung

Reflexion und Transfer:

- Persönlicher Aktionsplan: Welche Blockade gehe ich als Erstes an?

Ergebnis: Teilnehmende kommunizieren klarer und zielgerichteter, kennen ihre persönlichen Blockaden und verlassen den Block mit einem konkreten persönlichen Aktionsplan.

1.5 Betriebswirtschaft für Handelsvertreter / Lars Blumrodt

Unterrichtseinheiten: 4 / 05.12.26

Zahlen entscheiden, ob sich das Geschäft trägt. Wer seine Kosten, seinen Break-even und seine KPIs kennt, kann sein Geschäft aktiv steuern und frühzeitig erkennen, welcher Umsatz, welche Provisionen und welche Vertriebsaktivitäten notwendig sind.

- Kostenstruktur als Handelsvertreter: Was muss ich wirklich im Blick haben?
- Kostenarten: Reise, Fahrzeug, Marketing sowie fixe und variable Kosten
- Break-even-Analyse: Ab wann verdiene ich wirklich?
- Umsatz, Gewinn und Provision: Was bleibt vom Geschäft tatsächlich übrig?
- Umsatzbedarf: Wie viel Umsatz brauche ich, um gut zu leben?
- Provisionsplanung und Einkommensvolatilität: Wie plane ich bei schwankenden Einnahmen?
- Operative Liquiditätssteuerung: monatlich und saisonal den Überblick behalten
- Vertriebssteuerung: Welche Kunden, Verkaufschancen und Abschlüsse brauche ich, um meine Ziele zu erreichen?
- Zentrale KPIs: Umsatz, Provision, Abschlussquote und Pipeline im Blick behalten

Ergebnis: Teilnehmende kennen ihre echten Kosten, verstehen ihre zentralen Kennzahlen und können daraus ableiten, welche Umsätze, Kunden und Vertriebsaktivitäten notwendig sind, um ihre Handelsvertretung wirtschaftlich und proaktiv zu steuern.

1.6 Zeitmanagement, Selbstorganisation und Tourenplanung / Patrick Horn

Unterrichtseinheiten: 4 / 05.12.26

Eigenorganisation ist im Außendienst existenziell – wer seine Zeit nicht aktiv steuert, verliert Umsatz. Kein Büro, kein Chef, kein fester Rhythmus: Der Handelsvertreter ist sein eigener Taktgeber. Dieser Block liefert die Werkzeuge für einen strukturierten, effizienten und planbaren Vertriebsalltag.

- Jahres- und Quartalsplanung: Messen, Saisonalität und Umsatzziele strategisch einplanen
- Wochenplanung und Tagesstruktur für Selbstständige: Rhythmus schaffen ohne feste Vorgaben
- Besuchsplanung: Priorisierung nach Kundenwert und Potenzial
- CRM als Steuerungsinstrument: kein Kunde fällt durchs Raster
- Umgang mit Unterbrechungen und Prioritätskonflikten: fokussiert bleiben, wenn alles gleichzeitig kommt

Ergebnis: Teilnehmende organisieren ihren Vertriebsalltag strukturiert und effizient und planen vorausschauend, damit kein Kunde, kein Termin und keine Chance verloren geht.

Modul 2b
Aufbaumodul: Vertrieb, Positionierung & Selbstführung

24 UE UE
à 45 Min.

Dieses Modul richtet sich an Handelsvertreter, die bereits im Geschäft sind und sich auf dem nächsten Level professionalisieren wollen. Keine Wiederholung von Basics – sondern strategische Vertiefung, neue Impulse und Werkzeuge für nachhaltiges Wachstum.

Nr.	Thema	UE
2b.1	Strategischer Vertrieb: Bestandskunden entwickeln & Neukunden gewinnen	**4**
2b.2	Digitale Akquise & persönliche Sichtbarkeit	**4**
2b.3	Preisverhandlung auf Profi-Niveau	**4**
2b.4	Auftraggeber-Portfolio strategisch optimieren	**4**
2b.5	Ich bin die Marke: Positionierung & Skalierung	**4**
2b.6	Vom Hamsterrad zur Steuerung: strategische Selbstführung	**4**

2b.1 Strategischer Vertrieb: Bestandskunden entwickeln & Neukunden gewinnen

Unterrichtseinheiten: 4 / Ralf Wanser / 10.12.26

Wer nur reagiert, verliert. Strategischer Vertrieb bedeutet: mit den richtigen Kunden zur richtigen Zeit im Dialog sein – und Verkaufschancen aktiv gestalten statt abwarten. Dieser Block verbindet die strategische Entwicklung des Bestandskundenstamms mit systematischer Neukundengewinnung auf Profi-Niveau.

- Kundensegmentierung nach Potenzial und Priorität: wo lohnt sich der Aufwand wirklich?
- Account Planning: wichtige Kunden strategisch entwickeln und langfristig ausbauen
- Opportunity Management: welche Chancen verfolge ich – welche lasse ich bewusst los?
- Kaltakquise auf Profi-Niveau: Zielfirmen, Entscheider und Vorbereitung mit KI
- Umgang mit Gatekeepern und Einwänden auf Profi-Niveau

Ergebnis: Teilnehmende agieren strategisch statt reaktiv, entwickeln ihre wichtigsten Kunden gezielt weiter und gewinnen neue Kunden systematisch – mit klaren Prioritäten und auf Profi-Niveau.

2b.2 Digitale Akquise und persönliche Sichtbarkeit / Lukas Baumann

Unterrichtseinheiten: 4 / 10.12.26

Digitale Akquise ist heute kein Bonus mehr – sie ist Standard. Wer sie nicht beherrscht, verliert Marktanteile. Dieser Block zeigt, wie digitale Kanäle systematisch für Akquise und Sichtbarkeit genutzt werden – auf Profi-Niveau.

- LinkedIn-Akquise auf Profi-Niveau: Strategie, Ansprache und Conversion
- Digitale Plattformen gezielt einsetzen: welcher Kanal passt zu welcher Zielgruppe?
- E-Mail-Sequenzen professionell aufbauen und automatisieren
- Content als Akquiseinstrument: Sichtbarkeit erzeugen, die Kunden anzieht
- Hybrider Ansatz: digitalen und persönlichen Erstkontakt intelligent kombinieren

Ergebnis: Teilnehmende erschließen digitale Akquisekanäle systematisch und ergänzen ihre klassischen Vertriebsmethoden um wirksame digitale Instrumente.

2b.3 Preisverhandlung auf Profi-Niveau / Oliver Schumacher

Unterrichtseinheiten: 4 / 11.12.26

Preisverhandlungen sind keine Ausnahmesituation – sie sind Alltag. Dieser Block richtet sich an erfahrene Handelsvertreter, die ihre Verhandlungskompetenz auf das nächste Level bringen wollen: komplexe Situationen, schwierige Partner, strategische Preisverteidigung.

- Psychologische Verhandlungstechniken auf Profi-Niveau
- Wertkommunikation: den Preis überzeugend rechtfertigen
- Verhandlung in Mehrpersonengesprächen: Einkäufer, Geschäftsführer und Fachabteilung am Tisch
- Umgang mit schwierigen Verhandlungspartnern
- Preisverteidigung im Alltag: den Preis langfristig stabil halten

Ergebnis: Teilnehmende gehen vorbereitet und souverän in komplexe Preisverhandlungen, verteidigen ihren Preis ohne unnötige Nachlässe und meistern auch schwierige Verhandlungssituationen professionell.

2b.4 Auftraggeber-Portfolio strategisch optimieren / Patrick Horn

Unterrichtseinheiten: 4 / 11.12.26

Ein gut aufgebautes Portfolio ist kein Selbstläufer – es muss aktiv gesteuert, optimiert und weiterentwickelt werden. Dieser Block liefert die Methoden, um das eigene Portfolio strategisch auf Kurs zu halten und Abhängigkeiten gezielt zu reduzieren.

- Portfolio-Analyse: Abhängigkeiten erkennen und strategisch steuern
- Auftraggeber bewusst trennen: wann ist der richtige Zeitpunkt und wie geht man es richtig an?
- Provisionsmodelle neu verhandeln: bestehende Verträge optimieren
- Exklusivitätsklauseln strategisch bewerten und neu verhandeln
- Langfristige Beziehungspflege: dauerhaft wertvoll für Auftraggeber bleiben

Ergebnis: Teilnehmende steuern ihr Auftraggeber-Portfolio aktiv, reduzieren Abhängigkeiten gezielt und optimieren bestehende Verträge und Provisionsmodelle auf Augenhöhe.

2b.5 Ich bin die Marke: Positionierung und Skalierung / Prof. Christian Zielke

Unterrichtseinheiten: 4 / 12.12.26

Als erfahrener Handelsvertreter bist du bereits eine Marke – die Frage ist, ob du sie aktiv gestaltest oder sie dem Zufall überlässt. Dieser Block zeigt, wie die persönliche Positionierung geschärft, die Sichtbarkeit ausgebaut und die eigene Marke systematisch skaliert wird.

- Positionierung schärfen: Spezialist schlägt Generalist – wo bin ich wirklich unverwechselbar?
- Online-Reputation aktiv gestalten und gezielt ausbauen
- Empfehlungsmarketing systematisieren: Kunden und Auftraggeber sprechen aktiv über mich
- Mehrere Auftraggeber vertreten ohne Glaubwürdigkeit zu verlieren
- Persönliche Marke skalieren: vom bekannten Vertreter zum Branchenexperten

Ergebnis: Teilnehmende verstehen sich als eigenständige Marke im Markt, schärfen ihre Positionierung gezielt und bauen ihre Sichtbarkeit systematisch aus.

2b.6 Vom Hamsterrad zur Steuerung: strategische Selbstführung / Heike Dahlmann

Unterrichtseinheiten: 4 / 12.12.26

Wer lange im Geschäft ist, kennt das Gefühl: voller Kalender, volle Pipeline, aber das Gefühl, nie wirklich voranzukommen. Der Umsatz läuft – aber die Steuerung fehlt. Dieser Block macht sichtbar, wie erfahrene Handelsvertreter unbewusst ins Hamsterrad geraten und liefert konkrete Strategien heraus.

- Die Erschöpfungsspirale erkennen: Warnsignale bevor es zu spät ist
- Hamsterrad-Analyse: Wo verliere ich Energie ohne Gegenwert?
- Vom Reagieren zum Gestalten: strategische Jahresplanung für Profis
- Nein sagen als Kompetenz: Grenzen gegenüber Kunden und Auftraggebern setzen
- Persönliche Steuerung: Umsatzziele, Erholungsphasen und Investitionen in sich selbst bewusst planen

Ergebnis: Teilnehmende erkennen ihre persönlichen Erschöpfungsmuster, gewinnen die Steuerung über ihr Geschäft zurück und verlassen den Block mit einem konkreten Plan für mehr Fokus, weniger Reaktion und nachhaltige Leistungsfähigkeit.

Prüfung
Zertifikatsabschluss – Geprüfter Handelsvertreter (IHK)

4 UE UE
à 45 Min.

Die Prüfung ist für alle Teilnehmenden verpflichtend und wird auf die Gesamtstunden angerechnet. Sie besteht aus zwei Teilen:

Hausarbeit:

- Schriftliche Ausarbeitung zu einem selbst gewählten Thema aus dem Lehrgang
- Bezug auf Inhalte aus Modul 1 und dem gewählten Spezialisierungsmodul (2b)

Mündliche Präsentation:

- Präsentation der Hausarbeit vor dem Prüfungsausschuss
- Ausschuss bestehend aus Dozenten und IHK-Referent

Ergebnis: Bestandene Prüfung führt zum IHK-Zertifikat: Zertifizierter Handelsvertreter (IHK).