



48.917 Fachbücher | 316 Fachzeitschriften

Suche

> erweiterte Suche

Springer für Professionals | Wirtschaft | Vertrieb | Expansion & Märkte | Handelsvertretungen als Konjunktur...

Expansion & Märkte

Handelsvertretungen als Konjunktur-Seismograph



© Olivier Le Moal / Fotolia

Der Vertrieb kann aufgrund seiner Branchennähe wirtschaftliche Trends frühzeitig erkennen.

27.11.2015 - Die Handelsvertretungen in Deutschland sind derzeit größtenteils mit ihrer Geschäftslage zufrieden. Das ergibt das aktuelle CDH-Vertriebsbarometer. Die Ergebnisse könnten auch als Frühindikator für die Konjunktur betrachtet werden.

Von Gabi Böttcher

„Stabile Geschäftslage“ signalisieren die Ergebnisse des 14. Online-Vertriebsbarometers der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V. aus dem Herbst 2015.

7,8 Prozent der vom Verband befragten Mitgliedsbetriebe bezichnen in diesem Herbst ihre Lage als sehr gut, das

ist etwas weniger als im Frühjahr (9,4 Prozent). Nahezu unverändert ist allerdings mit 40,9 Prozent die Anzahl der Befragten mit guter Geschäftslage. Leicht angestiegen gegenüber dem Frühjahr sind die Nennungen „schlechte Geschäftslage“, von 8,5 Prozent auf 11,5 Prozent.

Gefragt nach der Einschätzung der Branche insgesamt haben bei der CDH-Umfrage nur wenige ein „sehr gut“ vergeben, das sind 2,9 Prozent der Befragten (gegenüber 4,0 Prozent im Sommer). 44 Prozent sehen die Lage ihrer Branche als gut an und etwa zehn Prozent als schlecht. Diese Ergebnisse weichen nicht signifikant von der eigenen Geschäftslage ab, die Handelsvertretungen machen offensichtlich gegenwärtig die Konjunkturen in ihren Branchen mit. Die relativ großen Unterschiede in der Bewertung der eigenen Geschäftslage und der Branchenlage, die in früheren Befragungen oftmals sichtbar wurden, konnten jetzt nicht mehr beobachtet werden.

Weitere Artikel zum Thema

- Existenzgründungen im Vertrieb im Trend
Direktvertrieb als Baustein neuer Geschäftsmodelle
Internationaler Vertrieb braucht differenzierte Gestaltung

Nahtstelle zwischen den Märkten

Vertriebsunternehmen gelten als gute Frühindikatoren für die wirtschaftliche Entwicklung: Durch Gespräche mit ihren Geschäftspartnern aus Industrie und Handel sind sie in die Wirtschaftsprozesse eingebunden und können daher die Entwicklungen in ihrer Branche sehr gut einschätzen. "Der Vertrieb ist die Nahtstelle zwischen den Märkten, zwischen Angebot und Nachfrage", erläutert Claudia Mischon von der CDH in der Zeitschrift Sales Management Review (vormals Sales Business, Nr. 3/2013, Seite 32/33) in ihrem Beitrag "Gute Stimmung im Vertrieb" die Seismographen-Rolle des Vertriebs. "Wenn Kunden zurückhaltend disponieren, ihren Bestellrhythmus ändern, ihr Sortiment verkleinern oder auf andere, möglicherweise preiswertere Lieferanten ausweichen, kann das strukturelle Ursachen haben. Es kann aber auch ein Zeichen einer generellen konjunkturellen Abschwächung sein."

Etwas abgeschwächt hat sich bei den Handelsvertretern der Optimismus in Bezug auf die weitere Entwicklung, kurzfristig sehen nur etwa 16 Prozent Ansätze zur Verbesserung. Deutlicher wird diese Tendenz bei den längerfristigen Erwartungen, bessere Perspektiven erwarten 32 Prozent in diesem Herbst gegenüber 28 Prozent im Frühjahr. Die Anzahl derer, die eher pessimistisch in die Zukunft schauen, hält sich unverändert bei 23 Prozent.

Verschiedene Faktoren beeinflussen die Entwicklung im Vertriebsbereich, das ist zum einen die immer noch anhaltende hohe Binnennachfrage, getragen vom privaten Konsum. Die Kaufreue der Deutschen erhält aber in diesem Herbst einen ersten Dämpfer. Angesichts der mäßigen Expansion der Weltwirtschaft dürften die Exporte nur leicht steigen, zumal die belebende Wirkung der Euro-Abwertung allmählich nachlässt.

Die Hintergründe zu diesem Artikel

Digitale Fachbibliothek. Themen-Scout. Knowledge-Manager.

Bestellen

Registrieren

Login

> Passwort vergessen



Anzeige

Premium Partner

PAWLIK

Whitepaper [sponsored]

Praxisleitfaden: Effizienz im Vertrieb >

Alle Themen im Überblick

- Kundengewinnung >
Kundenmanagement & CRM >
Strategie & Management >
Vertriebssteuerung & Planung >
Vertriebswege & Kanäle >
Vergütung & Anreizsysteme >

Fachzeitschrift



Sales Management Review

Die wissenschaftlich fundierte Zeitschrift für Vertriebsmanagement und Vertriebspraxis. > weiter

Stellenmarkt

Floor Manager / Coach (m/w) zur operativen Steuerung externer Callcenter >
Unitymedia NRW GmbH, Köln

Account Manager (m/w) im Außendienst >
DS Smith Packaging Deutschland Stiftung & Co. KG, Arnstadt

Account Specialist / Kundenberater (m/w) >
Randstad Inhouse Services, Großraum Stuttgart