GESCHÄFTSBERICHT

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.

2012 / 2013

CDH
Kompetenz für Vertrieb

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.

INHALTSVERZEICHNIS

1 STANDORT

- Gesamtwirtschaftliche und politische Entwicklung
- Die Situation der Handelsvertretungen
- Die Ergebnisse der CDH-Statistik

9 RECHT

- Gemeinsame Stellungnahme zur geplanten Umsetzung der neu gefassten EU-Richtlinie gegen Zahlungsverzug
- Stellungnahme zum Gesetzentwurf gegen unseriöse Geschäftspraktiken
- Gemeinsame Erklärung zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zwischen Unternehmern
- Verbandsübergreifende Zusammenarbeit im Arbeitskreis „Selbständige im Vertrieb“
- Registrierungspflicht für Leuchten
- Großveranstaltungen im Vertriebsrecht

15 STEUERN

- Online Petition: CDH fordert Marktpreis statt Listenpreis für die Besteuerung der privaten Geschäftswagen-Nutzung
- Bericht zur Gesetzgebung
  - Jahressteuergesetz 2013
  - Gutschriften
  - Neue Verpflegungspauschalen für 2014
  - Neuregelungen zur Gelangensbestätigung
  - Erleichterungen für Kleinstkapitalgesellschaften bei der Rechnungslegung
- Aktuelles aus der Finanzverwaltung

21 INTERNATIONALES

- IUCAB - Das internationale Netzwerk
- Stellungnahme zur Anregung einer Überprüfung der Handelsvertreterrichtlinie
- Konferenz „CDH-International“ im Rahmen der Global Connect 2012
- 7. IHK-Außenwirtschaftstag NRW
- Beiratssitzung Deutscher Außenwirtschaftstag

INHALTSVERZEICHNIS

27 SOZIALPOLITIK

- Änderungen bei den Minijobs
- Vorsorgepflicht für Selbständige bleibt weiterhin ein Thema
- Gemeinsames Positionspapier von BDD, CDH und DFV: Vorsorgepflicht für Selbständige nur mit Augenmaß
- CDH und DFV sehen Politik für weniger Existenzgründungen mitverantwortlich

31 VERKEHR

- Stellungnahme der CDH gegen eine von der EU geplante Ausweitung der Tachographenpflicht
- Autobahngebühren für PKW und City-Maut

33 FORSCHUNG / BETRIEBSWIRTSCHAFT

- Studie „Der Service macht den Unterschied – wie Handelsvertretungen durch Dienstleistungen ihr Profil schärfen, die Wettbewerbsposition stärken und die Rentabilität steigern können“
- Handelsvertreter in Deutschland: Zahlen – Daten – Fakten 2012
- Unternehmenskompass 2012
- Förderprogramm Energieberatung Mittelstand
- Neue Internetplattform zur Kapitalbeschaffung für Unternehmen und Existenzgründer

37 WEITERBILDUNG / UNTERSTÜTZUNG

- CDH-Webinare
- CDH-Sommercamp mit großem Erfolg
- Verkaufstraining mit Marc M. Galal
- Vertriebsangebote für CDH-Mitglieder
- Messekontakte
- Kooperation mit der Deutsche Messe AG, der KölnMesse und der Messe Frankfurt
- CDH-Messen
- Amtliche Statistik
- CDH-Rahmenabkommen

INHALTSVERZEICHNIS

46 ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- Presse
- H&V JOURNAL
- CDH im Internet
- CDH-Vertriebsbarometer
- Informationen
- Kontakte
- Veranstaltungen

STANDORT

Gesamtwirtschaftliche und politische Entwicklung

Die Eurozone ist auch im Berichtszeitraum nicht zur Ruhe gekommen, die europäische Schuldenkrise schwelt weiter. Die Krise um Zypern hat die Hoffnung, die größten Probleme seien 2012 ausgestanden, wieder erheblich gedämpft. Die Mitgliedstaaten des Euroraums müssten jetzt kompromisslos Strukturreformen nachholen, ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und ihre Haushalte konsolidieren. Nur dann können Ruhe und Stabilität in die Eurozone zurückkehren, was dringend notwendig wäre. Ob und in wieweit dies gelingt, ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt schwer einzuschätzen.

Auch die deutsche Wirtschaft wird von der Wirtschaftsschwäche einzelner Euroländer beeinflusst. Sie konnte sich lange gegen den Trend der meisten europäischen Ländern stemmen, dem sich aber nicht dauerhaft entziehen. Insbesondere gegen Ende des Jahres 2012 hat sich die Stimmung eingetrübt. Hierzu trugen der Rückgang der Exporte und eine Zurückhaltung bei den Investitionen bei. Die Produktion in der Industrie und im Bau wurde gedrosselt. Den exportorientierten Unternehmen machte nicht nur die Flaute in der Eurozone zu schaffen. Auch in anderen wichtigen Absatzmärkten auf der ganzen Welt wie China, Indien und Brasilien lief die Konjunktur nicht mehr so rund. Insgesamt belief sich das Wirtschaftswachstum 2012 auf etwa 0,7 Prozent und ist damit deutlich schwächer als in den beiden Vorjahren.

Die Wettbewerbsfähigkeit der inländischen Wirtschaft ist aber nach wie vor hoch, das Wirtschaftswachstum ist trotz zunehmender Belastungen und Risiken aus dem In- und Ausland relativ robust. So werden auch die Perspektiven für die deutsche Wirtschaft für das laufende Jahr von den Experten relativ positiv beurteilt. Zurückhaltend sind die Experten allerdings mit konkreten Zahlen, zumal der Konjunkturzug zu Jahresbeginn nur zögernd startete. Die Bundesregierung hat ihre ursprüngliche Prognose von 1,3 Prozent im Jahreswirtschaftsbericht schon gesenkt. Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen mit einem Wachstum von 0,8 Prozent.

Trotz allem wächst die deutsche Wirtschaft stärker als der Durchschnitt der Eurozone. Die konjunkturelle Dynamik wird vor allem durch die Binnennachfrage getragen. Angesichts der positiven Entwicklung der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte und einer moderaten Preisniveauentwicklung spielen die privaten Konsumausgaben und die privaten Wohnungsbauinvestitionen eine tragende Rolle. Die stark exportorientierte deutsche Wirtschaft muss in diesem Bereich allerdings Federn lassen.

Die Schwäche der Eurozone stand im Berichtszeitraum auch im Mittelpunkt der Politik. Die vielen Krisensitzungen und die negativen Schlagzeilen beherrschten die politische Diskussion. Positiv verlief das vergangene Jahr für die Kassen der öffentlichen Hand: Inmitten der europäischen Schuldenkrise erzielte Deutschland 2012 erstmals seit fünf Jahren wieder einen Überschuss. Bund, Länder, Kommunen und Sozialversicherungen zusammen

nahmen 2,2 Milliarden Euro mehr ein als sie ausgaben. Die Bemühungen zur Konsolidierung der öffentlichen Haushalte können daher noch weiter verstärkt werden. Das vom Kabinett im April beschlossene Stabilitätsprogramm 2013 geht in die richtige Richtung. Ein wichtiges Thema war im Berichtszeitraum die zukünftige Energiepolitik. Die drastisch gestiegenen Energiepreise belasten insbesondere die mittelständische Wirtschaft und damit auch die Handelsvertretungen. Gegenwärtig laufen die Kosten für den Ausbau der erneuerbaren Energien offensichtlich aus dem Ruder, da müssen tragbare politische Lösungen her. Die gestiegenen Energiekosten und steigende Kosten für Nahrungsmittel sind auch ein Grund für die Inflationsrate von 2 Prozent in 2012.

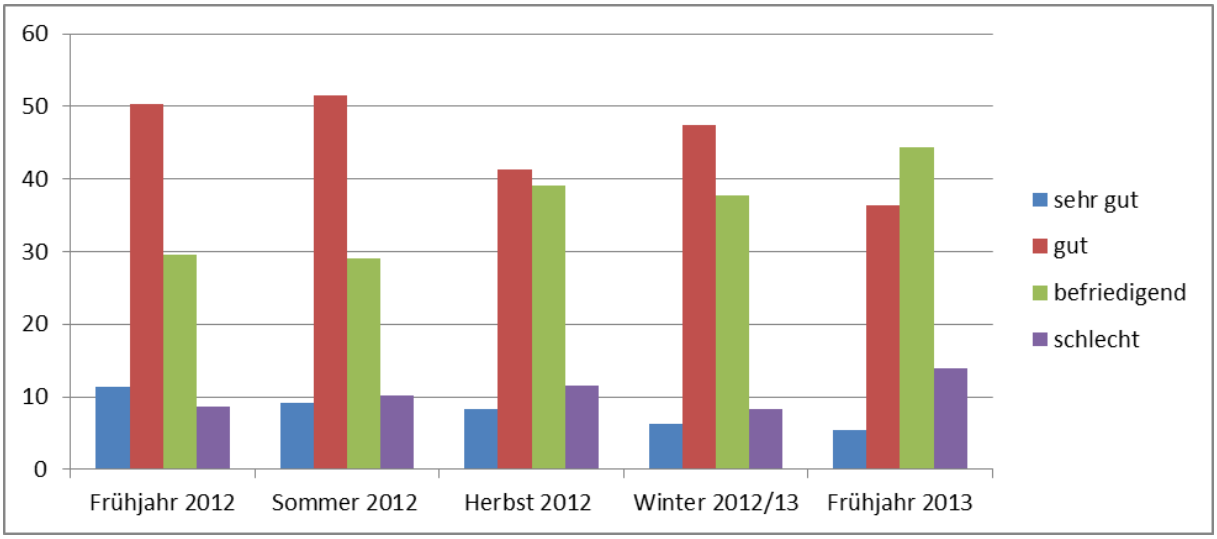
Viele politische Diskussionen werden schon mit Blick auf die Bundestagswahlen 2013 geführt. Es ist zu erwarten, dass im Vorfeld der Wahlen im Sommerhalbjahr keine wesentlichen Entscheidungen gefällt werden.

Die Situation der Handelsvertretungen

Im März 2012 wurde das erste CDH-Vertriebsbarometer gestartet. Die bisherige Konjunkturumfrage wurde ersetzt durch eine Online-Umfrage, an der alle CDH-Mitglieder teilnehmen können und die viermal im Jahr durchgeführt wird.

Die Geschäftslage der Handelsvertretungen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, schwankt im Berichtszeitraum, allerdings mit keinen gravierenden Abweichungen (siehe Schaubild). Die Anzahl der Handelsvertretungen mit einer sehr guten Geschäftslage ist zurückgegangen. Hinsichtlich einer guten Geschäftslage kam es im Herbst 2012 zu einem leichten Einbruch.

Stabdiagramm *Ergebnisse aus der Umfrage zur Geschäftslage (in Prozent)*



Die Ergebnisse des 5. CDH-Vertriebsbarometers, durchgeführt im März/April 2013, zeigen für die Vertriebsunternehmen geschäftlich gesehen einen relativ schwachen Winter. Die Anzahl der Handelsvertretungen, die in diesem Frühjahr ihre geschäftliche Lage als sehr gut einstufen, ist etwas zurückgegangen (von 6,3 auf 5,4 Prozent), deutlicher ist der Rückgang bei den Nennungen „gute Geschäftslage“ – dies sehen in diesem Frühjahr nur etwas mehr als ein Drittel so (36,2 Prozent), gegenüber 47,5 Prozent im Winter. Es gibt auch mehr Unternehmen, die ihre Situation als schlecht bezeichnen (13,9 Prozent gegenüber 8,3 Prozent). Auch auf die Frage, wie es in der jeweiligen Branche aussieht, sind die Antworten deutlicher verhaltener.

Kurzfristig erwartet auch nur eine Minderheit (17,9 Prozent), dass sich einiges ändert, nach Auffassung der Mehrheit (52,9 Prozent) wird in etwa alles bleiben, wie es ist. Längerfristig ist da schon mehr Optimismus zu sehen – 32,6 Prozent glauben an eine Verbesserung. Etwa ein Viertel der Befragten sieht sowohl kurz- als auch längerfristig eine Wendung zum Schlechteren.

Im Einzelnen sind die Ergebnisse zu finden unter www.cdh.de/aktuelles/vertriebsbarometer.

Ergebnisse der CDH-Statistik

Alle zwei Jahre führt die IFH – Institut für Handelsforschung GmbH, Köln – in Zusammenarbeit mit dem CDH-Forschungsverband die Erhebung und Auswertung der CDH-Statistik durch. Diese zeigt die Situation im Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung und die Entwicklung bestimmter Strukturparameter. Nachfolgend sind die wichtigsten Ergebnisse der CDH-Statistik 2012 dargestellt. Insgesamt zeigt sich im Vergleich zu den Ergebnissen der Erhebung von 2010 wieder ein positiver Trend, der auch der relativ guten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in den untersuchten Jahren entspricht.

Steigende Bruttoprovisionseinnahmen

Nach einer negativen Entwicklung bei den Bruttoprovisionseinnahmen der Handelsvertretungen in der letzten Erhebung ergibt sich bei der aktuellen Analyse ein deutlicher Zuwachs von durchschnittlich 8 Prozent (siehe Tabelle 1). Mit 20,7 Prozent Zuwachs stehen die Handelsvertretungen für Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen an der Spitze, gefolgt von Papier-Verpackung-Büro-Verlage (+16,1 Prozent). Der Wirtschaftsbereich Möbel-Wohnambiente-Schmuck erzielte als Schlusslicht noch ein leichtes Plus von 0,3 Prozent.

Tabelle 1 Die Entwicklung der durchschnittlichen Bruttoprovisionseinnahmen 2007, 2009 und 2011 nach Wirtschaftsbereichen

Wirtschaftsbereich	Veränderung in %		
	2007 gegenüber 2006	2009 gegenüber 2008	2011 gegenüber 2010
Technik-Produktionsgrundstoffe	+ 2,9	- 21,7	+ 9,3
Papier-Verpackung-Büro-Verlage	+ 4,1	- 6,0	+ 16,1
Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen	+ 1,0	+11, 9	+ 20,7
Bauwesen	- 5,2	- 4,9	+ 5,4
Möbel-Wohnambiente-Schmuck	+ 3,4	- 5,9	+ 0,3
Mode-Sport-Accessoires	+ 14,7	- 4,4	+ 9,3
Medizinprodukte-Gesundheitswesen	+ 1,8	+ 6,3	+ 6,3
Andere	+ 11,7	- 13,6	- 2,0
CDH insgesamt	**+ 3,0**	**- 11,5**	**+ 8,0**

Der vermittelte Warenumsatz stieg über alle Wirtschaftsbereiche hinweg um 4,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Er belief sich 2011 im Durchschnitt auf 4.676.315 Euro im Jahr, allerdings mit starken wirtschaftsbereichsspezifischen Abweichungen (siehe Tabelle 2). Den höchsten vermittelten Warenumsatz haben die Handelsvertretungen für Technik-Produktionsgrundstoffe. Am Ende der Skala stehen die Bereiche Medizinprodukte-Gesundheitswesen und Papier-Verpackung-Büro-Verlage.

Tabelle 2 Der durchschnittlich vermittelte Warenumsatz in den Jahren 2010 und 2011 nach Wirtschaftsbereichen

Wirtschaftsbereich	Durchschnittlich vermittelter Warenumsatz je Handelsvertretung		
	in Euro		Veränderung
	2010	2011	2011 gegenüber 2010 in %
Technik-Produktionsgrundstoffe	6.737.802	7.415.403	+ 10,1
Papier-Verpackung-Büro-Verlage	2.359.007	2.599.921	+ 10,2
Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen	6.913.173	5.381.235	- 22,2
Bauwesen	3.727.247	3.903.828	+ 4,7
Möbel-Wohnambiente-Schmuck	3.111.424	3.084.251	- 0,9
Mode-Sport-Accessoires	2.590.918	2.818.847	+ 8,8
Medizinprodukte-Gesundheitswesen	2.031.961	2.204.124	+ 8,5
Andere	2.869.677	3.253.539	+ 13,4
CDH insgesamt	**4.457.032**	**4.676.315**	**+ 4,9**

Eigengeschäft mit geringerer Bedeutung

Etwas mehr als ein Viertel der Handelsvertretungen (26,2 Prozent) haben 2012 Eigengeschäfte betrieben. An der Spitze stehen die Handelsvertretungen im Bereich Medizinprodukte-Gesundheitswesen (36,4 Prozent), gefolgt von dem Bereich Technik-Produktionsgrundstoffe (33,9 Prozent). Einen erheblich geringeren Stellenwert hat der Eigenumsatz für die Handelsvertretungen für Mode-Sport-Accessoires (17,2 Prozent) und Möbel-Wohnambiente-Schmuck (15,2 Prozent). Gegenüber 2010 hat das Eigengeschäft etwas an Bedeutung verloren (von 33,1 Prozent auf 26,2 Prozent).

Bezogen auf alle Handelsvertretungen mit Eigengeschäft ist der Umsatz, der dadurch erzielt wurde, wieder deutlich gestiegen (+16 Prozent 2011 gegenüber 2010). Das Ausmaß dieses Anstiegs war in den einzelnen Wirtschaftsbereichen jedoch sehr unterschiedlich.

Entwicklung der Kosten

Tabelle 3 zeigt die Kosten der Handelsvertretungen 2010 und 2011. Die Betriebsausgaben bezogen auf die Einnahmen betrugen 2012 im Durchschnitt 64,9 Prozent und sind im Verhältnis zum Vorjahr deutlich gestiegen. Ursächlich dafür waren sowohl die Personalkosten als auch die Sonstigen Kosten. Die Betriebsausgaben in Prozent der Einnahmen beinhalten im Übrigen keine kalkulatorischen Kosten.

Tabelle 3 Kosten der Handelsvertretungen in den Jahren 2010 und 2011

Wirtschaftsbereich	Personalkosten in % der Einnahmen		Sonstige Kosten in % der Einnahmen		Betriebsausgaben in % der Einnahmen	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Technik-Produktionsgrundstoffe	35,3	41,5	23,1	27,6	58,4	69,1
Papier-Verpackung-Büro-Verlage	22,8	23,9	25,8	29,0	48,6	52,9
Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen	15,9	20,8	26,9	30,9	42,8	51,7
Bauwesen	36,7	39,0	29,4	31,0	66,1	70,0
Möbel-Wohnambiente-Schmuck	31,1	32,1	34,3	33,8	65,4	65,9
Mode-Sport-Accessoires	16,3	16,5	30,6	32,2	46,9	48,7
Medizinprodukte-Gesundheitswesen	35,8	37,5	19,4	20,9	55,2	58,4
Andere	21,3	22,4	37,2	39,5	58,5	61,9
CDH insgesamt	31,7	35,5	25,9	29,4	57,6	64,9

Entwicklung der Vertretungen

Die durchschnittliche Anzahl der Vertretungen ist weiterhin leicht rückläufig, von 6,6 in 2008 auf 5,4 2010 bis 4,9 bei der jetzigen Erhebung. Die Handelsvertretungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegen von der Anzahl der Vertretungen her wie in den Vorjahren an der Spitze (8,0), allerdings hat sich dort die Zahl der Vertretungen von 2008 auf 2012 fast halbiert. Lediglich in den Wirtschaftsbereichen Bauwesen (von 4,3 in 2010 auf 5,4 in 2012) und Möbel-Wohnambiente-Schmuck (von 4,0 auf 4,1 im gleichen Zeitraum) ist ein kräftiger bzw. minimaler Anstieg zu erkennen.

Wie auch in den letzten Jahren ist der internationale Verflechtungsgrad bei einem Anteil der Handelsvertretungen mit ausländischen Vertretungen von 52,0 Prozent relativ hoch. Gegenüber dem Vorjahr (49,5 Prozent) ist dieser Anteil wieder leicht gestiegen. Wie aus Tabelle 4 hervorgeht, ist der Anteil der ausländischen Vertretungen an der Gesamtzahl der Vertretungen leicht gesunken, von 30,7 Prozent 2012 auf 28,7 Prozent in diesem Jahr. In diesem Punkt zeigen sich wieder starke wirtschaftsbereichsspezifische Unterschiede.

Tabelle 4 Ausländische Vertretungen in den Jahren 2008, 2010 und 2012 nach Wirtschaftsbereichen

Wirtschaftsbereich	Ausländische Vertretungen in % aller Vertretungen des jeweiligen Wirtschaftsbereiches		
	2008	2010	2012
Technik-Produktionsgrundstoffe	25,8	30,2	23,6
Papier-Verpackung-Büro-Verlage	24,6	25,7	20,2
Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen	15,9	31,6	31,3
Bauwesen	19,2	21,6	17,0
Möbel-Wohnambiente-Schmuck	30,1	32,5	44,4
Mode-Sport-Accessoires	42,4	49,1	45,3
Medizinprodukte-Gesundheitswesen	26,6	18,2	8,7
Andere	24,7	23,8	37,4
CDH insgesamt	**26,6**	**30,7**	**28,7**

Die Fluktuation bei den Handelsvertretungen ist nach wie vor hoch, aber gegenüber der letzten Befragung etwas gesunken. Veränderungen im Vertretungsbestand sind aus unterschiedlichen Gründen durchaus üblich und resultieren aus der Dynamik des Marktes. Bei 43,3 Prozent der Befragten haben sich 2011 gegenüber 2010 Veränderungen im Vertretungsbestand ergeben (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5 Veränderung im Vertretungsbestand im Jahre 2011

Wirtschaftsbereich	Handelsvertretungen, die nur Zugänge von Vertretungen hatten	Handelsvertretungen, die nur Abgänge von Vertretungen hatten	Handelsvertretungen, die Zugänge und Abgänge von Vertretungen hatten
	Anteil an der Gesamtzahl der Handelsvertretungen des jeweiligen Wirtschaftsbereiches in %		
Technik-Produktionsgrundstoffe	13,8	11,2	22,3
Papier-Verpackung-Büro-Verlage	0,0	12,0	20,0
Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen	15,9	13,6	6,8
Bauwesen	8,1	6,3	19,8
Möbel-Wohnambiente-Schmuck	7,9	15,8	21,8
Mode-Sport-Accessoires	13,9	13,9	26,7
Medizinprodukte-Gesundheitswesen	0,0	25,0	20,8
Andere	16,7	8,3	13,9
CDH insgesamt	**10,9**	**12,0**	**20,8**

RECHT

Die Tätigkeit der CDH auf dem Rechtsgebiet war auch in diesem Berichtszeitraum geprägt von der Interessenvertretung der Vertriebsunternehmen, insbesondere der Handelsvertretungen, Vertragshändler und Handelsmaklerbetriebe, gegenüber der Bundesregierung, dem Parlament, den Ministerien und anderen Bundesbehörden. Eine nachhaltige Einflussnahme auf den politischen Entscheidungsprozess erforderten zahlreiche Gesetzesvorhaben mit nicht unerheblichen Auswirkungen auf den Wirtschaftsbereich der Vertriebsunternehmen. Ebenfalls wurden Änderungen bewirkt und Impulse für zukünftige Gesetzgebungsvorhaben gegeben.

Die CDH hat sich mit Rechtsartikeln in Fachzeitschriften, mit der kontinuierlichen Veröffentlichung aktueller Gerichtsentscheidungen und dem Kontakt zu den führenden Kommentatoren im Handelsvertreterrecht für die Fortentwicklung des Vertriebsrechts eingesetzt und über die Fortentwicklung ausführlich berichtet. Darüber hinaus wurden Rechtsbroschüren, Vertragsmuster und Arbeitspapiere überarbeitet und zahlreich neu erstellt. Durch eine Vielzahl von Vortragsveranstaltungen und Seminaren wurden diese Tätigkeiten flankiert.

Ebenfalls wurde der Kontakt mit Rechtsanwälten, die sich ständig mit dem Handelsvertreter- und Vertriebsrecht beschäftigen, national wie auch international intensiviert, um den Mitgliedsfirmen der CDH-Organisation jederzeit für den Fall einer gerichtlichen Auseinandersetzung kompetente rechtliche Hilfe anbieten zu können. Aus diesem Grund sind Fachtagungen wichtig, wie z.B. das „Praxisforum Vertriebsrecht“, das jedes Jahr gemeinsam mit dem Forum Institut für Management veranstaltet wird, um die neuesten Entwicklungen im Handelsvertreter- und Vertragshändlerrecht sowie die wichtigsten Entscheidungen zu besprechen.

Gemeinsame Stellungnahme zur geplanten Umsetzung der neu gefassten EU-Richtlinie gegen Zahlungsverzug

Die CDH hat sich mit weiteren Wirtschaftsverbänden in einer Gemeinsamen Erklärung für faire Vertragsbedingungen ausgesprochen. Die Verbände sind besorgt, dass die Umsetzung eines Gesetzentwurfes der Bundesregierung die Liquidität der Unternehmen gefährdet und den bestehenden Schutz gegen unfaire Vertragsbedingungen wesentlich abschwächt.

Kritisiert wurde die geplante Frist von 60 Tagen für Unternehmen und die vorangehende Abnahme- oder Überprüfungsfrist von 30 Tagen. Für Gläubiger bedeute dies, statt einer von der Richtlinie angestrebten „Kultur unverzüglicher Bezahlung“, noch länger auf ihre Vergütung warten zu müssen. Damit würde das Gegenteil von dem erreicht, was Zweck des Gesetzgebungsvorhabens war.

Die Wirtschaftsverbände forderten daher, den Gesetzentwurf grundlegend zu überarbeiten und den bewährten deutschen Schutz gegen unfaire Vertragsbedingungen nicht in Frage zu stellen.

Die vollständige Erklärung kann auf den CDH Internetseiten nachgelesen werden (http://cms.eesy.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_13_zahlungsverzug.pdf).

Stellungnahme zum Gesetzentwurf gegen unseriöse Geschäftspraktiken

Unseriöse Geschäftspraktiken in den Bereichen Inkassowesen, Telefonwerbung und Abmahnwesen sind immer wieder Gegenstand von Beschwerden. Die Bundesregierung hat daher einen Gesetzentwurf gegen unseriöse Geschäftspraktiken vorgelegt, zu dem die CDH Stellung nahm.

Die CDH sah zunächst das zeitnahe Inkrafttreten bestimmter Regelungen für die Bekämpfung von Abmahnmissbrauch als dringend geboten an. So wurde die vorgesehene Abschaffung des fliegenden Gerichtsstandes im Wettbewerbsrecht außerordentlich begrüßt. Gerade bei missbräuchlichen Serienabmahnungen würde häufig der fliegende Gerichtsstand zum Nachteil des abgemahnten Unternehmens genutzt.

Bedauert wurde der lange Zeitraum, den die Bundesregierung benötigt habe, bis diese gesetzgeberischen Maßnahmen auf den Weg gebracht worden sein. Die CDH hatte bereits vor mehreren Jahren mit anderen Verbänden derartige Maßnahmen im Bundesministerium der Justiz im Arbeitskreis „UWG“ vorgeschlagen.

Positiv äußerte sich die CDH auch über die Schaffung eines Ersatzanspruches von Verteidigungskosten bei unberechtigten Abmahnungen. Allerdings wurde kritisiert, dass die Frage, wann Serienabmahnungen als rechtsmissbräuchlich anzusehen sind, mit dem neu eingeführten Aufwendungsersatzanspruch nicht gelöst wurde.

Bezweifelt wurde dagegen die Schutzwirkung strengerer Darlegungs- und Informationspflichten, da solche Instrumente eher genutzt würden, um sich zusätzlich den Anschein der Seriosität zu geben. Ferner lehnte die CDH eine Kostendeckelung wie auch eine Festlegung von Inkasso-Regelsätzen ab. Dies stelle eine staatliche Preisregulierung und einen unverhältnismäßigen Eingriff in die Vertragsfreiheit zwischen Gläubiger und Schuldner dar, der vom Gesetzgeber nur als äußerstes Mittel in Betracht gezogen werden sollte.

Die gesamte Stellungnahme ist im Internet nachzulesen unter:
http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_13_geschaeftspraktiken.pdf.

Gemeinsame Erklärung zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen zwischen Unternehmern

Anlässlich des Deutschen Juristentag 2012 hat sich das Verbändebündnis „Initiative pro AGB-Recht“, dem auch die CDH angehört, für die Beibehaltung des bestehenden AGB-Rechts im unternehmerischen Geschäftsverkehr eingesetzt, um Benachteiligungen für kleine und mittelständische Betriebe zu verhindern.

In der Stellungnahme wurde klar herausgestellt, dass kein Anlass für eine Aufweichung des deutschen AGB-Rechts bei Verträgen zwischen Unternehmern bestehe. Das deutsche AGB-Recht lasse die Vertragsfreiheit unangetastet, da die Vertragspartner jeden gesetzlich zulässigen Inhalt individuell vereinbaren können. Vielmehr helfe das geltende AGB-Recht, einseitige unangemessene Risikoverlagerungen zu Lasten wirtschaftlich schwächerer Vertragspartner zu verhindern. Des Weiteren sei es transparent, sichere ausgewogene Vertragsverhältnisse und vermeide „Haftungsfallen“ vor allem für wirtschaftlich unterlegene Unternehmer. Diese Rechtsklarheit und Rechtssicherheit sowie der damit verbundene Schutz dürfe nicht aufgegeben werden.

Der gesamte Text ist im Internet nachzulesen unter:
http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_2012_agbrecht_verbaende.pdf.

Verbandsübergreifende Zusammenarbeit im Arbeitskreis „Selbständige im Vertrieb“

Der Arbeitskreis „Selbständige im Vertrieb“, der sich auf maßgebliche Initiative der CDH im Jahre 2002 gebildet hatte, hat im Berichtszeitraum mehrfach getagt. Dem Arbeitskreis gehören neben der CDH der Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV), der Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V. (BDD), der Verband der privaten Bausparkassen e.V. (VdpB), der Deutsche Franchise Verband e.V. (DFV) und auch der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e.V. (DIHK) an. Im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Arbeitstreffen werden belastende Maßnahmen für den Vertrieb auf EU- und Bundesebene diskutiert und gemeinsame oder auch separat durchgeführte Aktionen abgestimmt.

Im Berichtszeitraum beschäftigte sich der Arbeitskreis insbesondere mit Themen wie Rentenversicherungspflicht für Selbständige, Konsultation des Bundesjustizministeriums zur Notwendigkeit einer Überprüfung der EU-Handelsvertreterrichtlinie, Referentenentwurf gegen unseriöse Geschäftspraktiken, Gründungszuschuss, neue Regelungen für Minijobs, AGB-Recht für Verträge zwischen Unternehmen, Gesetzentwurf zur Bekämpfung des Zahlungsverzuges im Geschäftsverkehr, Grünbuch B2B-Handelspraktiken, Überarbeitung der Irreführungsrichtlinie und Adressbuchschwindel.

Zwischen den Teilnehmern wurden zu diesen Themen einzelne Aktionen und die Vorgehensweise auf politischer Ebene abgestimmt, um frühzeitig auf den politischen Entscheidungsprozess im Sinne der beteiligten Verbände einwirken zu können. So wurde bspw. gemeinsam ein Positionspapier zur Vorsorgepflicht für Selbständige erarbeitet und sich zu einem von der CDH initiierten Gespräch auf Leitungsebene im Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) getroffen.

Registrierungspflicht für Leuchten

Bis zum 1. September 2013 müssen Leuchten mit fest verbundenen, nicht austauschbaren Leuchtmitteln registriert werden. Diese Registrierung muss gemäß Elektro- und Elektronikgerätegesetz (ElektroG) bei der Stiftung Elektro-Altgeräte Register (EAR) erfolgen. Betroffen sind beispielweise Taschenlampen, Stirnlampen, Fahrradlampen, Weihnachtslichterketten oder sogenannte LED-Stripes, wenn sie nicht austauschbare Leuchtmittel enthalten.

Bisher fielen derartige Leuchten nicht in den Anwendungsbereich des Elektro- und Elektronikgerätegesetz und waren somit nicht registrierungspflichtig. Anpassungen an die europäischen Durchführungsverordnungen der Ökodesignrichtlinie für Beleuchtungen haben zu dieser Registrierungspflicht geführt.

Diese sollte eigentlich schon ab 1. Februar 2013 gelten. Das war allerdings für Importeure und Hersteller nicht durchführbar, da die Information darüber erst am 1. Februar veröffentlicht wurde. Die oben genannten Produkte hätten demnach nicht mehr ohne Registrierung bei der EAR in Verkehr gebracht werden dürfen. Eine vom Umweltbundesamt als Vollzugsbehörde großzügig in Aussicht gestellte Übergangszeit, während der auf eine Verfolgung von Verstößen gegen die Registrierungspflicht verzichtet werden sollte, hätte das Problem aber nur teilweise gelöst. Nicht nur, dass Anbieter auf Duldung der Vollzugsbehörden angewiesen gewesen wären, auch mit Abmahnungen wegen unlauteren Wettbewerbs wegen Anbietens nicht registrierter registrierungspflichtiger Produkte hätten Anbieter rechnen müssen.

Für Hersteller und Importeure der genannten Leuchten besteht deshalb erst ab dem 1. September 2013 die Registrierungspflicht dieser Leuchten, wenn Sie in Deutschland in Verkehr gebracht werden sollen. Vertreiber derartiger Leuchten müssen überprüfen, ob diese vom Hersteller oder Importeur registriert worden sind, um nicht schuldhaft nicht registrierte, aber registrierungspflichtige Leuchten anzubieten. Sonst treffen den Vertreiber automatisch die Pflichten eines Herstellers. Die CDH hat betroffene Mitglieder darüber im H&V Journal informiert.

Großveranstaltungen im Vertriebsrecht

Mit Unterstützung der CDH führte das FORUM-Institut für Management GmbH 2012 das bereits zwölfte Forum für Vertriebsrecht in Köln durch. Das Praxisforum hat sich zu einem "jour fixe" für all diejenigen entwickelt, die im Vertriebsrecht tätig sind. Jährlich kommen die führenden Juristen aus der Vertriebsrechtspraxis der unterschiedlichsten Branchen, Wirtschaftszweige und Verbände zu einem intensiven Gedanken- und Erfahrungsaustausch über die aktuellen Entwicklungen im Vertriebsrecht und deren Auswirkungen in der Praxis zusammen.

Auch diesmal wirkte mit Frau Dr. Rhona Fetzer eine Richterin des Bundesgerichtshofs (BGH) mit, Professoren von mehreren Hochschulen, führende Juristen von Unternehmen und Verbänden sowie von renommierten Anwaltskanzleien führten im Plenum und den Arbeitsgruppen aus. Ebenfalls waren gleich mehrere Kommentatoren des Handelsvertreterrechtes aus den entscheidenden juristischen Kommentaren als Referenten oder Teilnehmer auf der Tagung präsent. Anwesend waren somit all diejenigen, die Literatur und Rechtsprechung im Handelsvertreter- und Vertriebsrecht entscheidend prägen.

Die Schwerpunkte lagen bei den neuesten Entwicklungen im Handelsvertreter- und Vertragshändlerrecht und der Gestaltung von internationalen Vertriebsverträgen. Darüber hinaus wurden die Themen Datenschutz im Vertrieb und die Beendigung von Handelsvertreterverträgen in parallelen Arbeitsgruppen ausführlich besprochen. Lebhaft diskutiert wurden im Handelsvertreterrecht insbesondere das Gefahrenpotential eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbotes und das Bestehen von vorvertraglichen

Aufklärungspflichten bei Vertriebsverträgen. Von besonderem Interesse waren auch die Themen der immer weiter zunehmenden Nichtzulassungsbeschwerden beim BGH und die Unterscheidung bzw. Abgrenzung des echten und unechten Handelsvertreters im Kartellrecht.

Mit der eingangs geschilderten Zielsetzung wirkte die CDH auch an den vertriebsrechtlichen Symposien der Deutschen Gesellschaft für Vertriebsrecht (DGVR) e.V. mit.

STEUERN

Auch im Berichtszeitraum veränderte sich das Steuerrecht durch Maßnahmen des Gesetzgebers, durch neue Verwaltungsanweisungen und nicht zuletzt durch die Rechtsprechung der Finanzgerichte.

Die Veränderungen im Steuerrecht waren von der CDH zu bewerten und zu denjenigen Punkten, die den Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung und Vertrieb in besonderer Weise berührten, z.B. durch Mitwirkung in Gremien oder Stellungnahmen Einfluss zu nehmen. So hat die CDH 2012 aktiv daran mitgewirkt, die Spesensätze für Geschäftsreisen zu erhöhen und die Nachweispflichten bei innergemeinschaftlichen Lieferungen zu entschärfen. Ferner hat die CDH Anfang 2013 eine Online-Petition an den Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages gerichtet, um auf die ungerechte Besteuerung der privaten Geschäftswagen-Nutzung aufmerksam zu machen.

Die für Handelsvertreter und Handelsmakler bedeutsamsten Änderungen des Steuerrechts wurden im H&V Journal sowie in Vortragsveranstaltungen und Seminaren erläutert. Außerdem wurden die für den Wirtschaftsbereich wichtigen finanzgerichtlichen Urteile analysiert und die Verbandspublikationen den geänderten steuerlichen Rahmenbedingungen angepasst.

Online Petition: CDH fordert Marktpreis statt Listenpreis für die Besteuerung der privaten Geschäftswagen-Nutzung

Seit 2005 können beim Deutschen Bundestag Petitionen, d.h. Bitten oder Beschwerden von allgemeinem Interesse, online eingereicht und mitgezeichnet werden. Die CDH nutzte diese Möglichkeit, um sich für eine gerechtere Besteuerung der privaten Dienstwagennutzung einzusetzen.

Wird der Geschäftswagen nicht nur betrieblich, sondern auch privat genutzt, muss der Wert der privaten Nutzung versteuert werden – entweder nach der aufwendigen Fahrtenbuchmethode oder nach der 1%-Regelung. Die CDH hat in einer Online-Petition den Deutschen Bundestag aufgefordert, die 1%-Regelung zu überprüfen; die zeitgemäßer und gerechter ausgestaltet werden muss. Zur 1%-Methode hat der Gesetzgeber festgelegt, dass der Besteuerungswert monatlich 1% des von den Kfz-Herstellern ausgegebenen inländischen Brutto-Listenpreises (inkl. Sonderausstattung und Mehrwertsteuer) des Fahrzeugs zum Zeitpunkt seiner Erstzulassung beträgt. Diese Berechnung ist auch dann anzuwenden, wenn das Fahrzeug zu einem deutlich geringeren Preis oder gebraucht erworben wurde.

Im KFZ-Handel werden auf den Listenpreis derzeit Rabatte von bis zu 40 % gewährt. Die pauschale Berechnung der 1%-Regelung führt indes dazu, dass Fahrzeuge, die preiswert erstanden wurden, aber mit einem hohen Listenpreis angesetzt sind, auch mit einem überhöhten Privatanteil versteuert werden. Auch die Möglichkeit, die tatsächlichen Nutzungsvorteile anhand der Fahrtenbuch-Methode nachzuweisen, bietet keine Alternative, da sie zum einen mit einem sehr hohen Aufwand verbunden und zum anderen sehr streitanfällig ist.

Aus diesen Gründen kämpft die CDH seit Jahren auf parlamentarischer Ebene und auch gegenüber dem Bundesfinanzministerium dafür, dass die 1%-Regelung an den ortsüblichen Marktpreis angeknüpft wird. Da Finanzverwaltung und finanzgerichtliche Rechtsprechung angesichts der gesetzlichen Vorgaben in § 6 Abs. 1 Nr. 4 EStG keinen Handlungsspielraum haben, ist der Gesetzgeber zu einer Änderung des Gesetzes aufgerufen. Deshalb forderte die CDH in einer entsprechenden Online-Petition, den Deutschen Bundestag fraktionsübergreifend auf, die 1%-Regelung für die Berechnung des geldwerten Vorteils bei der privaten Nutzung von Geschäftswagen zu überprüfen und gegebenenfalls § 6 Abs. 1 Nr. 4 EStG dahingehend zu ändern, dass anstelle des KFZ-Bruttolistenpreises auf den ortsüblichen Marktpreis abgestellt wird.

6.220 Menschen haben innerhalb der Mitzeichnungsfrist, die vom 26.02. – 26.03. lief, die Petition gezeichnet. Die Petition ist seit dem 27. März 2013 im Prüfungsverfahren. Die Petition der CDH erlangte ein erhebliches Medienecho (mehr dazu lesen Sie unter Öffentlichkeitsarbeit – Presse).

Der gesamte Text der Petition kann im Internet nachgelesen werden (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/information_online_petition.pdf).

Bericht zur Gesetzgebung

Noch in den letzten Tagen des Jahres 2012 wurden im Vermittlungsausschuss zwischen Bundestag und Bundesrat wichtige Weichen für das Steuerjahr 2013 gestellt. Auf der Tagesordnung standen u.a. das Gesetz zum Abbau der kalten Progression und das Gesetz zur steuerlichen Förderung der energetischen Sanierung. Allerdings ließen die „Rot-Grün"-regierten Bundesländer die beiden Gesetze unmittelbar scheitern. An der kalten Progression änderte sich nichts, auch die energetische Gebäudesanierung wurde steuerlich nicht gefördert. Die Bundesregierung legte aber zum Ersatz ab 2013 neue KfW-Programme zur energetischen Sanierung in Höhe von 300 Millionen Euro jährlich auf.

Jahressteuergesetz 2013

Im Dezember 2012 wurde das Jahressteuergesetz 2013 im Vermittlungsausschuss von Bundestag und Bundesrat beraten. Das Jahressteuergesetz 2013 (BR-Drs. 302/12) enthielt

aus Sicht der CDH eine Reihe von wichtigen Steuervereinfachungen bzw. -erleichterungen. Daher hat sich die CDH anlässlich der Behandlung des Jahressteuergesetzes 2013 im Finanzausschuss des Deutschen Bundesrats im Juni 2012 mit einer Stellungnahme an die Mitglieder des Finanzausschusses gewandt.

Die CDH begrüßte darin alle Anstrengungen, die eine Entbürokratisierung vorantreiben sollen wie die Verkürzung der Aufbewahrungsfristen. Bedauerlicherweise fand sich im Entwurf nicht - wie noch im Kabinettsbeschluss vom 14. Dezember 2011 angekündigt - eine Verkürzung der Aufbewahrungsfristen von zehn auf fünf Jahre wieder, sondern eine Änderung auf acht bzw. sieben Jahre. Gleichwohl sah die CDH die vorgesehene Änderung als deutlichen Beitrag, die Belastungen für die Wirtschaft zu senken und als wichtigen Schritt in Richtung Bürokratieabbau.

Des Weiteren regte die CDH an, auch das Thema Sofortabschreibung geringwertiger Wirtschaftsgüter wieder aufzunehmen. Zur Entlastung kleiner und mittlerer Unternehmen sei es an der Zeit, die Sofortabschreibung auf 1.000 EUR zu erhöhen. Geringfügige gesetzliche Änderungen in diesem Bereich könnten die Abschreibungsbedingungen für den Mittelstand verbessern sowie die Investitionsnachfrage ankurbeln.

Die gesamte Stellungnahme ist auf den Seiten der CDH nachzulesen (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_6_12_jahresteuergesetz.pdf).

Das JStG 2013 konnte - trotz eines im Dezember 2012 gefundenen Ergebnisses im Vermittlungsausschuss - wegen der unterschiedlichen Auffassung zur steuerlichen Gleichstellung von Ehegatten und eingetragenen Lebenspartnern nicht zum Abschluss gebracht werden. Sowohl Bundestag als auch Bundesrat versagten dem JStG 2013 ihre Zustimmung.

Im Februar 2013 verabschiedete der Bundestag mit dem Amtshilferichtlinie-Umsetzungsgesetz (kurz AmtshilfeRLUmsG) eine Light-Version des JStG 2013. In diesem Entwurf sind einige wenige Regelungen des ursprünglichen JStG 2013 enthalten. Leider wurde nicht die notwendige Verkürzung der Aufbewahrungsfristen für Steuerunterlagen von zehn auf acht Jahre aus dem ursprünglichen JStG 2013 übernommen. Daher bleibt die CDH auch bei diesem Thema weiter am Ball.

Gutschriften

Doch auch dem AmtshilfeRLUmsG wurde im März 2013 vom Bundesrat die Zustimmung verweigert und der Vermittlungsausschuss angerufen. Dort ist das Gesetz immer noch anhängig. Dennoch sollten sich Handelsvermittlungen schon einmal auf das Thema „Gutschriften“ einstellen. Denn im AmtshilfeRLUmsG ist geregelt, dass die Pflichtangaben in Rechnungen um eine weitere Angabe erweitert werden sollen. Sofern der Leistungsempfänger oder ein von ihm beauftragter Dritter eine Gutschrift ausstellt, die eine

Rechnung des Leistenden ersetzt, muss diese umsatzsteuerrechtlich auch ausdrücklich das Wort „Gutschrift“ enthalten (§ 14 Abs. 4 Satz 1 Nr. 10 UStG). Damit werden zwingende Vorgaben des EU-Rechts umgesetzt.

Gutschriften kommen bei Handelsvertretern häufig vor. Denn regelmäßig ersetzen durch das vertretene Unternehmen ausgestellte „Gutschriften“ die Rechnung des Handelsvertreters über die Vermittlungsleistungen. Da Handelsvertreter umsatzsteuerrechtlich sowohl für die eigene Rechnung als auch die diese ersetzende Gutschrift haften, müssen sie darauf achten, dass die Gutschrift formal ordnungsgemäß ist, also auch die Bezeichnung „Gutschrift“ enthält. Das gilt natürlich auch und erst recht, wenn eine Provisionsabrechnung umsatzsteuerrechtlich als „Gutschrift“ gelten soll.

Die Regelung wird nach Verkündung des Gesetzes in Kraft treten, so dass eine Rückwirkung zum 01. Januar 2013 nicht stattfindet.

Neue Verpflegungspauschalen für 2014

Im Dezember 2012 wurde im Vermittlungsausschuss des Bundestages ebenfalls die Reform des Reisekostenrechts behandelt, dem der Bundesrat im Februar 2013 zustimmte. Die Reisekostenreform ist insbesondere für Vielreisende wie Handelsvertreter oder Vertriebsunternehmer von besonderer Bedeutung. Daher hat die CDH die Reform des Reisekostenrechts von Anfang an begleitet, z.B. wurde an mehreren Arbeitskreisen, teils mit Vertretung des Bundesfinanzministeriums, teilgenommen.

Besonders positiv an dem neuen Reisekostenrecht ist aus Sicht der CDH, dass ab 2014 der Pauschalbetrag von 12 € bei eintägigen Geschäftsreisen schon bei einer Abwesenheitszeit von 8 Stunden und bei mehrtägigen Geschäftsreisen ohne zeitliche Vorgabe ab An- und Abreisetag gilt. Damit wird eine große Gerechtigkeitslücke geschlossen, da bislang im Bereich zwischen 8 und 14 Stunden Abwesenheit nur 6 € abgesetzt werden dürfen. Dieser 6 € - Betrag deckt unter keinen Gesichtspunkten den reisebedingten Mehraufwand bei derartigen Dienst- oder Geschäftsreisen ab.

Aus Sicht der CDH ist die neue zweistufige Staffelung ein erster, wenn auch wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Eine durchgreifende Verbesserung des Reisekostenrechts wird nämlich erst dann erreicht, wenn auch der Pauschbetrag von 24 € erhöht wird. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass die geltenden Spesensätze seit 1996 bzw. der Euro-Umstellung nahezu unverändert geblieben sind. Aus diesem Grund hat sich die CDH in der Vergangenheit mehrfach dafür eingesetzt, die Verpflegungspauschalen im Zuge der Neugestaltung des Reisekostenrechts auch an die Preisentwicklung anzupassen.

Die CDH wird sich auch weiterhin für ein Reisekostenrecht einsetzen, das sich mehr an den tatsächlichen Reisekosten orientiert und das gleichwohl zu mehr Bürokratieabbau für Handelsvertretungen führt.

Die Stellungnahme der CDH zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung und Vereinfachung der Unternehmensbesteuerung und des steuerlichen Reisekostenrechts (BT - Ds. 17/10774 vom 25. September 2012) kann im Internet heruntergeladen werden (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_12_reisekostenrecht.pdf).

Neuregelungen zur Gelangensbestätigung

Eine weitere wichtige Änderung für Handelsvermittlung, die durch die die Elfte Verordnung zur Änderung der Umsatzsteuer-Durchführungsverordnung verabschiedet wurde, war die Neuregelungen zur Gelangensbestätigung. Nach langem Hin und Her hat der Bundesrat diese im März 2013 beschlossen.

Gelten sollen die Bestimmungen ab dem 01. Oktober 2013. Es ist zu erwarten, dass zeitnah ein einführendes BMF-Schreiben veröffentlicht wird. Der Unternehmer kann den Nachweis (insbesondere den Nachweis über das Gelangen des Liefergegenstands in das übrige Gemeinschaftsgebiet) mit allen zulässigen Belegen und Beweismitteln führen, aus denen sich das Gelangen des Liefergegenstands in das übrige Gemeinschaftsgebiet an den umsatzsteuerrechtlichen Abnehmer in der Gesamtschau nachvollziehbar ergibt.

Folgende Erleichterungen werden eingeführt:

- Ausstellung als Sammelbestätigung für Umsätze bis zu einem Kalendervierteljahr,
- Ausstellung in jeder Form; sie kann aus mehreren Dokumenten bestehen, aus denen sich die geforderten Angaben insgesamt ergeben,
- Unterzeichnung durch den Unternehmer oder einen von ihm zur Abnahme des Liefergegenstands Beauftragten (z. B. selbständiger Lagerhalter),
- elektronische Übermittlung ohne Unterschrift, wenn Abnehmer klar erkennbar.
- Neben der Gelangensbestätigung sind weitere - gleichberechtigte – Nachweise zulässig (bspw. handelsrechtlicher Frachtbrief, tracking-and-tracing-Protokoll etc.)

Die CDH hatte sich aktiv für Erleichterungen der Nachweispflichten bei innnergemeinschaftlichen Lieferungen eingesetzt (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/meinung_cdh_gelangenheitsbest_tigung_3_12.pdf).

Mit den Neuregelungen ist den wesentlichen Forderungen der CDH entsprochen worden. Die Verordnung ist auf der Seite des Bundesrats unter TOP 76 veröffentlicht (http://www.bundesrat.de/DE/parlamentsmaterial/to-plenum/908-sitzung/to-node.html?__nnn=true).

Erleichterungen für Kleinstkapitalgesellschaften bei der Rechnungslegung

Zum Jahreswechsel ist ebenfalls das Kleinstkapitalgesellschaften-Bilanzrechts-änderungsgesetz (MicroBilG) verabschiedet worden. Damit sind gewisse Erleichterungen bei

der Rechnungslegung für Kleinstkapitalgesellschaften (z.B. GmbH) in Kraft getreten, die von der CDH in ihrer Stellungnahme zum Gesetzentwurf begrüßt wurden. Als besonders positiv wurde die Gleichstellung von Kleinstkapitalgesellschaften mit Einzelkaufleuten / Personengesellschaften sowie der Verzicht auf die Offenlegung der Jahresabschlüsse im Bundesanzeiger und auf die Aufstellung eines Anhangs angesehen.

Begünstigt von den Erleichterungen sind Kleinstkapitalgesellschaften, die an zwei aufeinander folgenden Abschlussstichtagen zwei der drei nachfolgenden Merkmale nicht überschreiten:

- Umsatzerlöse bis 700.000 Euro
- Bilanzsumme bis 350.000 Euro sowie
- durchschnittlich 10 beschäftigte Arbeitnehmer

Die Neuregelungen gelten für alle Geschäftsjahre, deren Abschluss-Stichtag nach dem 30. Dezember 2012 liegt. Kleinstkapitalgesellschaften können wählen, ob sie die Offenlegungspflicht durch Veröffentlichung (Bekanntmachung der Rechnungslegungsunterlagen) oder durch Hinterlegung der Bilanz erfüllen. Zur Sicherung eines einheitlichen Verfahrens wird die elektronische Einreichung der Unterlagen beim Betreiber des Bundesanzeigers auch für die Hinterlegung vorgeschrieben. Im Fall der Hinterlegung können Dritte auf Antrag (kostenpflichtig) eine Kopie der Bilanz erhalten.

Kleinstkapitalgesellschaften können auf die Erstellung eines Anhangs zur Bilanz verzichten, wenn sie bestimmte Angaben (unter anderem zu Haftungsverhältnissen) unterhalb der Bilanz ausweisen. Darüber hinaus ist für die Unternehmen im Jahresabschluss eine verringerte Darstellungstiefe zulässig (z. B. vereinfachte Gliederungsschemata).

Die Stellungnahme der CDH kann im Internet nachgelesen werden (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_12__MicroBilG.pdf).

Aktuelles aus der Finanzverwaltung

Im Berichtszeitraum veröffentlichte das Bundesministerium der Finanzen (BMF) eine Reihe von Verwaltungshinweisen (sog. BMF-Schreiben). BMF-Schreiben sind Erlasse, die vom Bundesfinanzministerium herausgegeben werden und sich an die Finanzbehörden richten. Mit diesen Schreiben wird die Steuerverwaltung angewiesen, wie sie bestimmte steuerliche Sachverhalte zu behandeln hat, und soll so Zweifelsfragen ausräumen und zu einer einheitlichen Rechtsanwendung führen.

Auf den Internetseiten der CDH sind alle BMF-Schreiben, die für Handelsvertreter relevant sind, übersichtlich in Rubriken aufgelistet (http://cdh.de/leistungen/infotheksteuer/bmf).

INTERNATIONALES

IUCAB – Das internationale Netzwerk

Gemeinsam mit 18 Schwesterverbänden aus Europa und Amerika bündelt die CDH in der IUCAB (Internationally United Commercial Agents and Brokers) die Interessen ihrer Mitglieder, um sie auf europäischer und internationale Ebene zu vertreten. Der regelmäßige Austausch über aktuelle Themen sowie die Erarbeitung gemeinsamer Strategien sichert eine zeitgemäße internationale Positionierung der CDH.

Die IUCAB vertritt die berufsständischen Interessen auf internationaler Ebene, so z.B. gegenüber den Organen und Behörden der Europäischen Union, ICC, Unidroit und pflegt die Beziehungen zwischen internationalen Wirtschafts- und Berufsorganisationen sowie sonstigen internationalen politischen und öffentlichen Institutionen.

IUCAB Delegates Meeting 2012 in Mery sur Oise

Die Delegiertenversammlung der Internationalen Union der Handelsvertreter und Handelsmakler (IUCAB) fand in diesem Jahr vom 17. bis 19. Juni 2012 in Mery sur Oise, in der Nähe von Paris statt. Rund 60 Delegierte aus allen europäischen Mitgliedsverbänden nahmen an der internationalen Veranstaltung teil.

In den Sitzungen stellten die Verbände u.a. ihre Schulungs- und Weiterbildungsangebote für deren Mitglieder vor und berichteten über die Fortentwicklung des Tätigkeitsprofils eines Handelsvertreters mit den zum Teil gewachsenen Anforderungen in den einzelnen Ländern. Ebenfalls wurden die wichtigsten Forderungen der einzelnen Verbände im europäischen bzw. internationalen Kontext für deren Mitglieder ausgetauscht und von der IUCAB aufgenommen, die diese nunmehr zusammenfassen werden. Weitere Themen waren der Nutzen von Facebook und Twitter für Verbände, die Ausrichtung von Webinaren für Mitglieder, Bewertungskriterien für die Handelsvertretungen und die Berechnungsmethodik des Entschädigungsanspruches des Handelsvertreters bei Beendigung des Vertrages nach französischem Recht. Großes Interesse galt dem Bericht über die weitere Entwicklung der IUCAB Internetplattform www.come-into-contact.com, welche aufbauend auf dem Konzept der www.handelsvertreter.de unter gemeinsamer Trägerschaft der IUCAB und der CDH, auf dem besten Wege ist, sich zur größten internationalen Vertriebsplattform zu entwickeln.

Positives war auch über die Mitgliederentwicklung der IUCAB zu berichten. Der nordamerikanische Verband MANA wurde wieder aufgenommen, der gesamtspanische Handelsvertreterverband CGAC und die slowenische Kammer für den kleinen Mittelstand und Handel wurden als neue Mitglieder in die IUCAB aufgenommen. Ebenfalls fand eine Neuwahl des Präsidiums statt. Mit Ralf D. Scholz stellt die CDH einen der Vizepräsidenten.

Mitglieder der Legal Working Group

neugewähltes IUCAB Präsidium

Legal Working Group in Riga

Im Mai 2012 trafen sich die Mitglieder der Legal Working Group (LWG) der IUCAB in Riga. Schwerpunktthema war die Berechnung des immateriellen Werts von Handelsvertretungen. Seit dem Urteil Lonsdale v Howard & Hallam Ltd, sind Handelsvertreter in Großbritannien verunsichert, wenn es um die Berechnung ihres Ausgleichsanspruches geht. Nach dieser Entscheidung soll sich die Höhe des Ausgleichsanspruches am Wert der Handelsvertretung orientieren. Diskutiert wurden die verschiedenen Berechnungsmethoden der Entschädigungs- bzw. Ausgleichsansprüche der einzelnen EU-Mitgliedstaaten und die Bewertungsansätze für eine Handelsvertretung.

Hauptgeschäftsführer-Treffen der IUCAB-Verbände (SWG) in Amsterdam

Die Secretarial Working Group (SWG) der IUCAB fand 2013 in Amsterdam statt. Themen waren u.a. die wirtschaftliche Situation in der EU und die dortige Lage der Handelsvertretungen. Des Weiteren wurden von den nationalen Geschäftsführern die Aktivitäten und Erfolge des Jahres 2012 vorgestellt und Erfahrungen hinsichtlich der Gewinnung neuer Mitglieder und dem Erhalt bestehender Mitgliedschaften ausgetauscht. Großes Interesse fand das Webinarangebot der CDH und der Werbefilm des österreichischen Verbandes über die Funktion des Handelsagenten. Ferner wurden Fortschritte hinsichtlich der Teilnahme an der internationalen Vertriebsplattform, der „IUCAB platform“ www.come-into-contact.com, erzielt.

Der verstärkte Fokus der IUCAB auf das Image des Handelsvertreter-Berufsstandes im Allgemeinen wurde von allen nationalen Geschäftsführern begrüßt. Ideen und Erfahrungen hinsichtlich Methoden, die zur Steigerung der Aufmerksamkeit und Profilierung des Berufsstandes angewandt wurden, wurden ausgetauscht. Es ist geplant, eine EU-weite Erhebung darüber zu erheben, für welche Aufgaben und Tätigkeiten der Handelsvertreter wie viel Zeit investiert.

Secretarial Working Group

Stellungnahme zur Anregung einer Überprüfung der Handelsvertreterrichtlinie

Das Bundesjustizministerium (BMJ) hat die CDH um eine Einschätzung der angeregten Überprüfung der Handelsvertreterrichtlinie gebeten, da am bestehenden Handelsvertreterrecht aus einer Branche die Kritik geäußert wurde:

- die gesetzlich vorgeschriebenen Kündigungsfristen (§ 89 Absatz 1 HGB: ein bis sechs Monate) seien zu kurz und
- durch das grundsätzliche Entfallen des Ausgleichsanspruchs bei Eigenkündigung (§ 89b Absatz 3 Nummer 1 HGB) würden Handelsvertreter zu einem Festhalten am Handelsvertretervertrag gezwungen, auch wenn dies wirtschaftlich nicht mehr zumutbar sei.

In der Stellungnahme vertrat die CDH die Ansicht, dass unter diesen beiden oben genannten Gesichtspunkten kein Bedürfnis für eine Änderung der Handelsvertreterrichtlinie bestehe. Vielmehr stellten die bestehenden Regelungen der Handelsvertreter-Richtlinie einen ausgewogenen Interessenausgleich zwischen dem vertretenen Unternehmer und dem Handelsvertreter her.

So habe bei der Umsetzung der Richtlinie die Festlegung einer längeren Kündigungsfrist von bis zu 6 Monaten in Abhängigkeit von der Vertragslaufzeit im Ermessen der Mitgliedstaaten gelegen. Deutschland hat bspw. in § 89 Abs. 1 HGB die nach der Handelsvertreterrichtlinie möglichen Kündigungsfristen festgeschrieben. Zudem dürften vom Monatsende abweichende Kündigungstermine gem. § 89 Abs. 1 S. 3 HGB vereinbart werden. Die CDH wies gleichzeitig darauf hin, dass längere Kündigungsfristen für den Handelsvertreter nicht nur vorteilhaft sein. Nachteilig könnten diese z. B. dann sein, wenn sich der Handelsvertreter von einer unwirtschaftlichen Vertretung möglichst schnell trennen müsse.

Ebenfalls sei aus Sicht der CDH eine Ergänzung der ausgleichserhaltenden Kündigungsgründe um den Fall der wirtschaftlichen Unzumutbarkeit nicht erforderlich. Die Handelsvertreterrichtlinie gebe dem Handelsvertreter bereits den ausgleichserhaltenden Kündigungsgrund für den Fall, dass der Handelsvertreter das Vertragsverhältnis beendet hat und dies auf Umständen beruht, die dem Unternehmer zuzurechnen sind, derentwegen ihm eine Fortsetzung seiner Tätigkeit billigerweise nicht zugemutet werden kann. Eine ähnliche Formulierung findet sich im deutschen Handelsvertreterrecht in § 89b Abs. 3 Nr. 1 HGB.

Ferner könne eine ausgleichserhaltende Kündigung seitens des Handelsvertreters, der ausschließlich nur für einen Unternehmer tätig sein darf und der trotz intensiven Einsatzes sein Existenzminimum nicht erreichen kann, auf den Gesichtspunkt „Ausbeutung der Arbeitskraft“ gestützt werden.

Darüber hinaus könne dem Handelsvertreter unter dem Gesichtspunkt der sog. „Hungerprovision“ eine höhere Vergütung als die vertraglich vereinbarte zustehen, sofern seine Provision kein ausreichendes Äquivalent für seine Bemühungen darstellt, er seine Pflichten vollständig erfüllt und er den gebotenen Einsatz seiner Arbeitskraft mehr als ausschöpft. Ein fortbestehendes Vertragsverhältnis könne für den Handelsvertreter unter Umständen wirtschaftlicher sein als die ausgleichserhaltende Eigenkündigung, zumal bei einer bereits länger bestehenden wirtschaftlichen Unzumutbarkeit ein auskömmlicher Ausgleichsanspruch ohnehin nicht zu erwarten sein dürfte.

Angeregt wurde von der CDH allerdings, die Vertragshändler in den Anwendungsbereich der Handelsvertreterrichtlinie einzubeziehen. Zahlreiche Mitgliedsunternehmen der CDH seien im internationalen Warenvertrieb tätig, in dem sie für Unternehmen aus anderen EU-Ländern als Vertragshändler am deutschen Markt operierten. Hierbei käme es in der Praxis immer wieder vor, dass Mitgliedsunternehmen der Fehleinschätzung unterliegen, auch bei derartigen Vertriebstätigkeiten einen Ausgleichsanspruch bei Vertragsende beanspruchen zu können, da sie für den ausländischen Hersteller einen umfangreichen Kundenstamm aufgebaut hätten. Dies sei zwar nach deutschem Recht entsprechend einer Analogie zu § 89b Abs.1 HGB beim Vorliegen von weiteren von der Rechtsprechung entwickelten Voraussetzungen bei einem Vertraghändler der Fall.

In vielen anderen europäischen Rechtsordnungen würde dies jedoch nicht so gesehen. Für das mögliche Entstehen eines Ausgleichsanspruches und dem Ausgleich von getätigten Investitionen sei oft die getroffene Rechtswahl entscheidend. Nur in ganz wenigen europäischen Ländern existiere nämlich ein zivilrechtlicher Reglungsmechanismus für den Vertragshändlerbereich. In Belgien etwa existiere ein Gesetz über die Kündigung unbefristeter Alleinvertriebsverträge. In Österreich und bei uns sei die entsprechende Anwendung des Handelsvertreterrechtes bis hin zur Anwendung des § 89b HGB anerkannt. In den meisten europäischen Ländern werde zwar die Ähnlichkeit zwischen Handelsvertreter und Vertragshändler gesehen, aber gleichwohl die analoge Anwendung der Handelsvertretervorschriften abgelehnt, mithin auch die Regelung für den Ausgleichsanspruch. Dies gelte etwa für Dänemark, Frankreich, Italien, Luxemburg, die Niederlande und Portugal. In Spanien zeige sich eine Tendenz, das Handelsvertreterrecht

analog auf Vertragshändler anzuwenden, währenddessen in Griechenland – in Anlehnung an die deutsche Rechtsprechung und Literatur – die analoge Anwendung des Handelsvertreterrechtes bereits praktiziert werde. Unter Berücksichtigung, dass Vertragshändler oftmals erhebliche Investitionen tätigen, hätte Österreich in § 454 UGB sogar einen Investitionsschutz gesetzlich normiert. Zur Vermeidung eines Ruins des Vertragshändlers stehe diesem bei einer Beendigung der Vertragsbeziehung zwischen Hersteller und Vertragshändler ein Ersatzanspruch für die vom Vertragshändler getätigten erheblichen Investitionen zu.

Aufgrund der geschilderten Uneinheitlichkeit des Vertragshändlerrechts in Europa und der Tatsache, dass in den meisten europäischen Länder Ähnlichkeiten zwischen den Vertriebs-Vertragstypen Handelsvertreter und Vertragshändler bestünden, sah die CDH einen Überprüfungsantrag der Bundesregierung für diesen Bereich als gerechtfertigt an.

Die gesamte Stellungnahme kann im Internet aufgerufen werden (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_12_ueberpruefung_hvrichtlinie.pdf).

Konferenz „CDH-International“ im Rahmen der Global Connect 2012

Am 15. November 2012 wurde zum 5. Mal die Konferenz „CDH-International“ unter dem Motto „Herausforderung internationaler Vertrieb" durchgeführt. Diese war eingebunden in die Internationale Veranstaltung „Global Connect 2012“, die am 14. und 15. November 2012 im ICS International Congresscenter Stuttgart stattfand.

In der Konferenz „CDH-International“ informierten hochkarätige Referenten über zahlreiche Vorschriften und verschafften den Teilnehmern einen guten Überblick über schwierige rechtliche Materien.

Die internationale Kontakt- und Investitionsmesse Global Connect fand erneut auf dem Messegelände der Messe Stuttgart statt. Den CDH-Teilnehmern wurde die Möglichkeit geboten, die Global Connect kostenfrei zu besuchen und sich einen Überblick über die aktuellen Bedingungen auf zahlreichen ausländischen Märkten zu verschaffen. Vertreten mit einem eigenen Messestand konnte die CDH zahlreichen Unternehmen aus dem In- und Ausland die Dienstleistungen der CDH-Organisation präsentieren und diese gleichsam über die Vorteile eines Vertriebs über Handelsvertretungen informieren.

CDH Stand bei der Global Connect

7. IHK-Außenwirtschaftstag NRW

Am 13. September 2012 fand der 7. IHK-Außenwirtschaftstag NRW in Dortmund statt, auf dem die CDH wieder vertreten war. Der IHK-Außenwirtschaftstag NRW ist Kongress, Fachausstellung und Kontaktbörse in einem und wird alle zwei Jahre von den 16 Industrie- und Handelskammern in NRW durchgeführt.

Unter dem Motto „Weltweiser - Wege zum internationalen Erfolg“ gab es wertvolles Know-how für den Auf- und Ausbau des Auslandsgeschäfts. In der Messe rund um das internationale Geschäft präsentierten sich rund 50 Aussteller. Die CDH konnte erfolgreich an ihrem Stand den Besuchern ihre Dienstleistungen vorstellen und Kontakte knüpfen. In persönlichen Gesprächen mit den Unternehmern wurden zudem Informationen, Kontakte sowie Erfahrungen für einen erfolgreichen und sicheren Weg bei Auslandsgeschäften ausgetauscht.

Beiratssitzung Deutscher Außenwirtschaftstag

Für die Planung und Organisation des Deutschen Außenwirtschaftstags Bremen 2013, der Leitveranstaltung für den Export, trafen sich die Mitglieder des Beirats mehrmals im Jahr.
Besprochen wurden u.a. der Programmablauf hinsichtlich der zeitlichen Begrenzung der Leitforen, die Teilnahme und Platzierung der VIPs, Moderatoren, Referenten und Sponsoren und Flyer.

SOZIALPOLITIK

In der Sozialpolitik beschäftigte sich die CDH im Berichtzeitraum insbesondere mit dem Thema Vorsorge- bzw. Rentenversicherungspflicht für Selbständige. Aber auch die geänderten Regelungen zum Gründungszuschuss und den Minijobs waren ein Thema.

Änderungen bei den Minijobs

Mit Wirkung ab dem 1. Januar 2013 wurde für Minijobs die Geringfügigkeitsgrenze von 400 Euro auf 450 Euro Monatsverdienst angehoben. Gleichzeitig wurde auch der Einkommenskorridor für eine versicherungspflichtige Beschäftigung in der Gleitzone um 50 Euro erhöht und liegt nun zwischen 450,01 Euro und 850 Euro im Monat. Die CDH hatte sich bereits seit längerem für eine Anhebung der Verdienstgrenzen eingesetzt.

Außerdem wurde im Rentenversicherungsrecht bei der geringfügigen Beschäftigung neu geregelt, dass eine Versicherungsfreiheit nicht sogleich eintritt, sondern erst nach einem Befreiungsantrag des Arbeitnehmers. Bislang war ein Arbeitnehmer bei Einhaltung der Geringfügigkeitsgrenze automatisch versicherungsfrei, konnte aber erklären, dass eine Rentenversicherungspflicht eintreten soll. Nunmehr gilt, dass grds. auch bei geringfügig entlohnten Beschäftigungen eine Rentenversicherungspflicht gegeben ist, aber ein Befreiungsantrag gestellt werden kann.

Der pauschale Arbeitgeberbeitragsanteil für die Rentenversicherung beträgt wie bisher 15 Prozent. Die monatliche Mindestbeitragsbemessungsgrundlage wurde allerdings ab Jahresbeginn von 155 EUR auf 175 EUR angehoben. Für Beschäftigungsverhältnisse, die bereits vor dem 1. Januar 2013 bestanden haben, greifen zahlreiche Bestandsschutz- und Übergangsregelungen. Nach diesen Regelungen ändert sich für bereits bestehende geringfügige Beschäftigungsverhältnisse grundsätzlich nichts. Sie bleiben rentenversicherungsfrei. Auf Antrag können Minijobber die Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung wählen.

Eingesetzt hatte sich die CDH darüber hinaus für die Schaffung einer Regelung für Selbständige mit einem Auftraggeber, die mehrere geringfügig Beschäftigte eingestellt haben und damit bei einem gezahlten Gehalt von über 400 EUR/Monat bislang nicht der Rentenversicherungspflicht als Selbständige mit einem Auftraggeber unterfielen. Durch eine Übergangsregelung wurde sichergestellt, dass diese Selbständigen nicht versicherungspflichtig bleiben, solange für die Arbeitnehmer regelmäßig ein Arbeitsentgelt von über 400 EUR aufgewendet wird. Eine Erhöhung der Gehälter auf insgesamt über 450 EUR muss daher im Jahr 2013 in diesen Bestandsfällen nicht erfolgen. Tritt eine Versicherungspflicht als Selbständiger mit einem Auftraggeber allerdings erst ab 2013 ein, kann das Kriterium der Nichtbeschäftigung von versicherungspflichtigen Beschäftigten nur zu

Fall gebracht werden, wenn mehrere geringfügig Beschäftigte eingestellt werden, die insgesamt über 450 Euro im Monat verdienen.

Vorsorgepflicht für Selbständige bleibt weiterhin ein Thema

Das Thema Vorsorgepflicht für Selbständige spielte auch in diesem im Berichtszeitraum eine bedeutende Rolle. Bundesarbeitsministerin von der Leyen (CDU) plante die Einführung einer Altersvorsorgepflicht für Selbständige, um so die Altersarmut zu bekämpfen. Im Frühjahr 2012 stellte das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) ein Eckpunktepapier dazu vor. Nach Veröffentlichung des Eckpunktepapiers kam es zu heftiger Kritik. Auch die CDH hat sich kritisch geäußert und frühzeitig zahlreiche Gespräche im Ministerium und mit weiteren politischen Entscheidungsträgern geführt – unter anderem auch mit den rentenpolitischen Sprechern der Regierungsfraktionen – Herrn Peter Weiss (MdB), CDU und Herrn Dr. Heinrich Kolb (MdB), FDP. Wichtig war für die CDH zunächst die Verantwortlichen davon zu überzeugen, keine Rentenversicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung (GRV) einzuführen, sondern allenfalls eine Altersvorsorgepflicht vorzusehen und dabei für Selbständige die größtmöglichen Freiheiten einzuräumen. Die CDH setzt sich für eine größtmögliche Flexibilität bei der Erfüllung dieser Pflichten ein – ein Vortrag von Altersicherungsleitungen soll möglich oder auch Immobilienvermögen als Vorsorgeform anerkannt werden. Ebenfalls soll der befreite Zeitraum für Existenzgründer weiter ausgedehnt werden.

Eckhard Döpfer (CDH), Peter Weiss (MdB) CDU, Jochen Clausnitzer (BDD)

Gemeinsames Positionspapier von BDD, CDH und DFV: Vorsorgepflicht für Selbständige nur mit Augenmaß

Des Weiteren hat sich die CDH gemeinsam mit dem Bundesverband Direktvertrieb (BDD) und dem Deutschen Franchise-Verband (DFV) gegenüber dem Eckpunktepapier im Rahmen eines Positionspapiers öffentlich kritisch geäußert.

In dem Positionspapier forderten die Verbände, dass sich die Vorsorgepflicht für Selbständige auf die Alterssicherung beschränken und die Beitragszahlung flexibel sein müsse. Des Weiteren solle geprüft werden, in welcher Form weitergehende Anreize geschaffen werden können, um eine Altersvorsorge aufzubauen. Beispielsweise könnte vorgesehen werden, dass Selbständige auch die Riester-Rente nutzen können. Ebenfalls sollten andere Formen einer werthaltigen Altersvorsorge als Vorsorgeform anerkannt werden (bspw. Immobilienvermögen). Ferner sollten Selbständige im rentennahen Alter von einer Vorsorgepflicht ausgenommen werden.

Das gesamte Positionspapier kann auf den Seiten der CDH heruntergeladen werden (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/stellungnahme_12_vorsorgepflicht.pdf).

Das Papier diente ebenfalls als Grundlage für ein von der CDH initiiertes Gespräch auf Leitungsebene im Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS). Die Vertreter des BMAS ließen beim Gespräch durchblicken, dass durchaus an einen längeren Befreiungszeitraum von bis zu 5 Jahren ab Existenzgründung gedacht sei und geringfügig selbständige Tätige von einer Vorsorgeverpflichtung ausgenommen bleiben sollten. Die Möglichkeiten eines Vor- bzw. Nachtrages von Vorsorgeaufwendungen werde geprüft. Dies gelte ebenfalls für die Anerkennung von Immobilienvermögen bei den Vorsorgeaufwendungen. Zudem solle ebenfalls eine längere Übergangsphase vorgesehen werden.

Ferner hat sich die CDH an zahlreichen Veranstaltungen zu diesem Thema teilgenommen, um dort ihre Position zu vertreten.

CDH und DFV sehen Politik für weniger Existenzgründungen mitverantwortlich

Der DFV und die CDH nahmen die Gründerwoche 2012 zum Anlass, um eine effizientere Förderung von Existenzgründungen zu fordern und die uneinheitliche Haltung der Politik zu kritisieren. Mit dem Ziel das Gründungsklima in Deutschland zu verbessern, fand zum dritten Mal vom 12. bis 18. November 2012 die Gründerwoche Deutschland statt.

Die CDH und der Deutsche Franchise-Verband e. V. (DFV) sahen die Entwicklung im „Gründerland Deutschland“ aufgrund der Veränderungen beim Gründungszuschuss kritisch, weil damit ein bisher wirksames Arbeitsmarktinstrument mehr oder weniger abgeschafft wurde. Bestätigt sahen sich beide Verbände unter anderem von dem Monatsbericht der Bundesagentur für Arbeit aus November 2012, der einen Rückgang der bewilligten Anträge um 83 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auswies. Sowohl die CDH, als auch der DFV stehen mit Verantwortlichen von Bundesregierung und Bundestag in Verbindung, um ihren Anliegen mehr Gehör zu verschaffen.

Darüber hinaus lag der CDH eine interne Geschäftsanweisung der Agentur für Arbeit vor, aus der unter dem Punkt 93.02 deutlich hervorging, dass wenn Stellenangebote möglich sind, die Tatbestandsvoraussetzungen für den Gründungszuschuss nicht zu prüfen und das Ermessen nicht auszuüben sind.

Die vollständige Erklärung finden Sie unter (http://cdh.de/user/eesy.de/cdh.de/dwn/presse_gruenderwoche_12.pdf).

VERKEHR

Stellungnahme der CDH gegen eine von der EU geplante Ausweitung der Tachographenpflicht

Das Europäischen Parlament hatte zwar beschlossen, die bisherige Ausnahmeregelung zur Nutzungspflicht von digitalen Tachographen auf Fahrten von bis zu 100 statt bisher 50 km um den Unternehmenssitz zu erweitern, was die CDH ausdrücklich begrüßt hat. Gleichzeitig sollte nach diesem Beschluss des Europäischen Parlaments jedoch auch der Geltungsbereich der Verordnung, die die Nutzungspflicht für digitale Tachographen vorschreibt, künftig auf Fahrzeuge bzw. Gespanne mit einem höchstzulässigen Gesamtgewicht von über 2,8t ausgeweitet werden. Bislang galt diese Verordnung nur für Nutzer von Fahrzeugen und Gespannen mit mehr als 3,5t höchstzulässigem Gesamtgewicht. Die CDH hat deshalb in einer Stellungnahme an Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer (MdB) diesen um seine Unterstützung bei den Bemühungen, die vom Europäischen Parlament gewünschte Ausweitung der Tachographenpflicht zu verhindern, gebeten.

Bereits die derzeit gültige Verordnung belastet viele Vertriebsunternehmen völlig unsachgemäß. Dabei handelt es sich um die Vertriebsunternehmen, die nur sporadisch betrieblich bedingte Gütertransporte, z.B. anlässlich von Messeteilnahmen (Produkte, die ausgestellt werden sollen und/ oder fertige System-Messestände) durchführen. Da die Entfernungen üblicherweise über 100 km betragen, sind diese Firmen gezwungen, die Regelungen zu Lenk- und Ruhezeiten zu beachten, bis hin zum Einsatz digitaler Fahrtenschreiber in Pkw mit Anhänger, obwohl die Fahrten eine reine Nebentätigkeit sind und weder am vorhergehenden noch am darauffolgenden Tage üblicherweise weitere Transporte erfolgen.

Es besteht deshalb weder ein Schutzbedürfnis anderer Verkehrsteilnehmer noch ein Schutzbedürfnis von Arbeitnehmern dieser Vertriebsunternehmen. Bis auf wenige Ausnahmen führen ohnehin die Firmeninhaber selbst derartige sporadische Transporte durch. Außerdem haben betroffene Mitgliedsfirmen uns bereits mehrfach mit dem Problem konfrontiert, dass für die üblicherweise dafür eingesetzten Pkw (SUV) gar keine digitalen Tachographen erhältlich sind.

Eine Ausweitung der Tachographenpflicht auf Fahrzeuge mit mehr als 2,8t zulässigem Gesamtgewicht würde den Kreis der unsachgemäß Betroffenen erheblich ausweiten. Damit würden noch mehr Dienstleistungsunternehmen im Vertriebssektor völlig unsachgemäß der Pflicht zur Nutzung von digitalen Tachographen und der entsprechenden Software unterworfen. Deshalb haben wir den Bundesverkehrsminister dringend gebeten, sich in den anstehenden Verhandlungen mit der EU-Kommission und dem Europäischen Parlament energisch dafür einzusetzen, dass es nicht zu der vom Europäischen Parlament geplanten Ausweitung der Tachographenpflicht auf Fahrzeuge mit mehr als 2,8t zulässigem Gesamtgewicht kommt.

Die ursprünglich auch von der EU-Ratsarbeitsgruppe Landverkehr geplante Entlastung für Unternehmen von der Pflicht zur Nutzung digitaler Tachographen, wenn es sich bei der Fahrtätigkeit um eine Nebentätigkeit handelt, würde sonst ad absurdum geführt, weil noch viel mehr dieser Unternehmen den Pflichten der Verordnung über das Kontrollgerät im Straßenverkehr unterworfen würden. Damit würden auch noch mehr Pkw, für die gar keine digitalen Tachographen erhältlich sind, von der Verordnung erfasst. Eine derartige Ausweitung der Tachographenpflicht widerspräche auch allen Bemühungen der Bundesregierung um Bürokratieabbau.

Autobahngebühren für PKW und City-Maut

Im Berichtsjahr bestand mehrfach Anlass mit Pressemitteilungen gegen Forderungen nach Einführung einer Autobahngebühr für PKW zu protestieren. Auch anlässlich der Konferenz der Verkehrsminister der Länder, auf deren Tagesordnung unter anderem die Einführung einer City-Maut stand, hat die CDH sich in einer Pressemitteilung vehement gegen deren Einführung gewandt.

Die vollständige Pressemitteilung kann online auf unserer Website eingesehen werden (http://cdh.de/publikationen/pressemeldungen?presseliste2012[uid]=2364).

Studie „Der Service macht den Unterschied – wie Handelsvertretungen durch Dienstleistungen ihr Profil schärfen, die Wettbewerbsposition stärken und die Rentabilität steigern können“

Diese Studie hat der CDH-Forschungsverband 2012 in Auftrag gegeben und über die CDH-Wirtschaftsdienst GmbH veröffentlicht. In hart umkämpften Märkten stehen auch Handelsvertreter zunehmend vor der Herausforderung, sich positiv von ihren Wettbewerbern abzugrenzen und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, indem sie den von ihnen vertretenen Unternehmen sowie ihren Kunden einen Mehrwert über die „klassischen“ Vertriebsleistungen hinaus bieten. Ein wirksames Instrument hierzu stellt das Angebot zusätzlicher Dienstleistungen rund um die Kernleistungen der Handelsvertreter dar.

Dabei gilt es zum einen, zielgerichtet ein Angebot zu entwickeln, das sowohl den Abnehmern der vermittelten Produkte als auch den vertretenen Unternehmen einen klaren Mehrwert bietet. Zum anderen muss das Angebot eine entsprechende Vergütung erfahren. Es gilt also außerdem, adäquate Preise für die Erbringung der Leistungen zu berechnen und diese gegenüber den Marktpartnern durchzusetzen. Sind diese beiden Prämissen erfüllt, verfügt der Handelsvertreter über ein effektives Wettbewerbsinstrument.

Vor diesem Hintergrund beschäftigt sich die vorliegende Studie im Wesentlichen mit den folgenden Fragestellungen:

- Welche Dienstleistungen im Einzelnen werden von Handelsvertretern derzeit angeboten?
- Wie sind diese ausgestaltet?
- In welcher Qualität werden sie erbracht?
- Inwiefern bzw. in welcher Form findet eine Vergütung der Leistungen statt?
- Wie können interne Preise berechnet werden?
- Wie könnte ein Preismodell aussehen?
- Welches sind Erfolgsfaktoren im Hinblick auf die Zusammenstellung und das Angebot von Dienstleistungen?

Handelsvertreter in Deutschland: Zahlen – Daten – Fakten 2012

Unter diesem Titel hat der CDH-Forschungsverband im Jahr 2012 die von der Institut für Handelsforschung GmbH, Köln, wie alle zwei Jahre in seinem Auftrag erstellte CDH-Statistik herausgebracht. Diese kann erstmalig von interessierten Firmen und Institutionen erworben werden. Dazu wurden die Tabellen optisch aufgewertet, die vorhandenen Texte zur Kommentierung der Ergebnisse gründlich überarbeitet und die bisher unkommentierten Ergebnisse mit erläuternden Texten versehen.

Inhaltlich neu ist die Auswertung der Einnahmen aufgrund zusätzlicher Dienstleistungen in Prozent der Bruttoprovisionseinnahmen und in Prozent des vermittelten Warenumsatzes, um einen Eindruck von der Bedeutung zusätzlicher Dienstleistungen für die Handelsvertretungen zu vermitteln. Diese neue Auswertung erfolgte differenziert nach Wirtschaftsbereichen, nach Handelsvertretungen mit und ohne Eigengeschäft und nach Handelsvertretungen mit und ohne ausländische Vertretungen.

Außerdem wurde erhoben, ob im Jahr 2012 Investitionen in Kfz, Betriebsgebäude und Geschäftsausstattung getätigt oder geplant waren und ob Altersvorsorge betrieben wurde und wenn ja, in welcher Form. Über die Ergebnisse der CDH-Statistik 2012 wurde in diesem Geschäftsbericht bereits im Kapitel STANDORT berichtet.

Unternehmenskompass 2012

Im Jahr 2012 hat der CDH-Forschungsverband, wie jedes Jahr, exklusiv für Handelsvertreter CDH den Unternehmenskompass angeboten. Die Zahlen des eigenen Betriebes vom Vorjahr können damit mit den entsprechenden Daten anderer Handelsvermittlungsbetriebe, mit Durchschnittswerten der eigenen Branche oder Durchschnittswerten der

Umsatzgrößenklasse des eigenen Betriebes verglichen werden. Der Unternehmenskompass ermöglicht so den überbetrieblichen Vergleich von Kostenstrukturen und Leistungskennzahlen und somit echtes Benchmarking. Deshalb ist er ein wertvolles Instrument zur Unternehmensführung. Die jeweiligen Teilnehmerdaten werden selbstverständlich so aufbereitet und anonymisiert, dass es nicht möglich ist, andere Betriebe, außer dem eigenen, zu identifizieren.

Jeder Teilnehmer erhält seine Unternehmensdaten und die Vergleichsdaten zu Tabellen und Grafiken aufbereitet, und zwar kurz, übersichtlich und prägnant. Das erleichtert die Ermittlung von Stärken und Schwächen und deren Ursachen. Das ermöglicht korrigierende Maßnahmen und die Festlegung realistischer Ziele. Jeder teilnehmende Betrieb erhält, neben allgemeinen Übersichten, einen individuell für ihn erstellten Unternehmenskompass.

Im Berichtsjahr war es auch wieder möglich, die Erhebungsdaten am eigenen PC einzugeben und via Intranet an das Institut für Handelsforschung zu übermitteln. Auf die gleiche Weise waren auch die Ergebnisse erhältlich. Bei diesem Online-Betriebsvergleich wird durch verschiedene Maßnahmen maximale Sicherheit gewährleistet. Eine Beteiligung konnte aber auch weiterhin durch das Ausfüllen und Übersenden der entsprechenden Erhebungsunterlagen erfolgen. Bei allen Fragen zu Erlösen und Kosten im (Online-)Erhebungsbogen ist das jeweilige Konto oder sind die jeweiligen Konten des DATEV-Spezialkontenrahmens (SKR) 03 angegeben, in denen die abgefragten Angaben zu finden sind. Das erleichtert die Beantwortung wesentlich. Dieser Kontenrahmen wird von Handelsvertretungen, die DATEV-Kunden sind, am häufigsten verwendet. Mit dem Unternehmenskompass steht allen CDH-Mitgliedsunternehmen, unabhängig von ihrem Wirtschaftszweig, ihrer Rechtsform und Unternehmensgröße, ein hochwertiges Analyseinstrument zur Unternehmensführung zur Verfügung.

Förderprogramm Energieberatung Mittelstand

Über dieses Förderprogramm wurden die CDH-Mitglieder im Berichtjahr im H&V Journal informiert. Mit dem Programm „Energieberatung Mittelstand“ der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) bietet diese ein Nachfolgeprogramm für das frühere Förderprogramm „Energieeffizienzberatung“. Kleine und mittlere Unternehmen, bei denen die jährlichen Energiekosten mehr als 5.000 Euro betragen, können einen Zuschuss von bis zu 80 % für eine Energieeffizienzberatung beantragen.

Die Förderkriterien wie Verwendungszweck und Förderhöhe sowie der Vertriebsweg (Regionalpartner wie Kammerinstitutionen, Wirtschaftsfördergesellschaften, Energieagenturen) sind gegenüber dem Vorläuferprogramm unverändert geblieben.

Detaillierte Programminformationen befinden sich unter (https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Energie-Umwelt/Finanzierungsangebote/Energieberatung-Mittelstand-(EBM)).

Die KfW informiert, dass eine qualifizierte Energieeffizienzberatung kleinen und mittleren Unternehmen eine solide Grundlage für weitere Investitionsentscheidungen biete. Sie empfiehlt daher, im Vorfeld einer Kreditbeantragung, z.B. aus dem KfW-Energieeffizienzprogramm, eine Beratungsförderung in Anspruch zu nehmen. Interessenten sollten sich für nähere Informationen an ihre IHK wenden.

Neue Internetplattform zur Kapitalbeschaffung für Unternehmen und Existenzgründer

Mit der französisch-deutschen Internetplattform „EuroQuity“ steht Unternehmen und Existenzgründern eine zusätzliche Quelle zur Beschaffung von Kapital zur Verfügung. Das gilt auch für Fälle, bei denen die Banken sofort abwinken. Betrieben wird EuroQuity – die Börse für frisches Kapital - von der französischen Förderbank OSEO in Kooperation mit der deutschen Kreditanstalt für Wiederaufbau KfW. Unternehmen, Existenzgründer Investoren und Berater können diese „Kapitalbörse“ kostenfrei nutzen. Eine Broschüre, in der EuroQuity ausführlich erklärt wird, haben die CDH-Wirtschaftsverbände im Berichtsjahr von der CDH erhalten.

WEITERBILDUNG/UNTERSTÜTZUNG

CDH-Webinare

Auch im Berichtszeitraum wurde den CDH-Mitgliedern die Möglichkeit geboten, an regelmäßig stattfindenden Online-Seminaren der CDH, den Webinaren, kostenlos teilzunehmen. Das 2011 eingeführte Online-Weiterbildungs- und Informationsangebot hat den Nerv der Zeit getroffen, dies beweist die große Resonanz, bei einigen Seminaren haben über 120 Mitglieder teilgenommen.

Die Themen sind auf die Fragen in der Betriebspraxis der Handelsvertretungen zugeschnitten, u. a. „Handelsvertretervertrag – Klauseln, die Ihnen schaden können“, „Der Geschäftswagen im „Fadenkreuz“ des Finanzamtes“, „Produkthaftung und Kaufrecht im internationalen Warenvertrieb“ „Vorsorgevollmacht und Patientenverfügung – ein Muss für jeden Unternehmer?“

Die Themen werden von fachkundigen Referentinnen und Referenten live im Internet vorgetragen. Während des Vortrages können Fragen gestellt werden. Zudem können im Anschluss individuelle Fragestellungen mit dem jeweiligen Referenten im live Chat geklärt werden. Die Präsentationen und das Video des jeweiligen Webinars werden im geschützten Mitgliederbereich auf www.cdh.de ins Internet gestellt, so dass sich auch Handelsvertretungen, denen eine Teilnahme am Seminar nicht möglich war, über das Thema informieren können. Die monatlich stattfinden Seminare werden auch weiterhin stattfinden.

CDH-Sommercamp mit großem Erfolg

Unter dem Motto „Weiterbildung ist Trumpf“ fand vom 1. bis 3. Juli 2012 ein weiteres Sommercamp der CDH in Berlin statt. Die Führung einer Handelsvertretung oder anderer Vertriebsfirmen ist mehr denn je sehr vielfältig und anspruchsvoll. Vor allem in turbulenten Zeiten kommt aber noch einiges hinzu: Beispielsweise sind dann neue Ideen, praxistaugliche Konzepte, noch mehr Qualität im Umgang mit Kunden und vertretenen Unternehmen sowie effizienteres Handeln gefragt.

Das nötige Rüstzeug für diese Herausforderungen bietet das Sommercamp der CDH. Chefs, Führungskräfte und Junioren von Handelsvertretungen können hier Wissen und Inspirationen aufnehmen sowie neue Energie tanken.

Die Teilnehmer lernen,

- mit wachsender Komplexität, höherem wirtschaftlichen Druck und neuen Risiken umzugehen;
- Entscheidungen aus unternehmerischer Sicht strategisch richtig zu treffen;
- eigene Konzepte zu entwerfen;
- Kosten- und Leistungsstrukturen eines Unternehmens aus verschiedenen Blickwinkeln besser zu beurteilen.

Themen waren:

- Die Handelsvertretung im Stresstest – 10 Tipps, die zeigen, wie man in kritischen Situationen aktiv dagegen steuern kann.
- Wo drückt uns der Schuh in kritischen Zeiten? – Erfahrungsaustausch zwischen den Seminarteilnehmern
- Mit zusätzlichem Service Geld verdienen?“ – Wie Handelsvertretungen ihr Dienstleistungsangebot erweitern können.
- Aus der Praxis für die Praxis: Mit Service einen Wettbewerbsvorsprung schaffen
- Online-Vertrieb – Fluch oder Segen für die Handelsvertretung?
- Der Geschäftswagen im „Fadenkreuz“ des Finanzamtes! – Was müssen Handelsvertretungen beachten?
- Produkthaftung und Kaufrecht im internationalen Warenvertrieb
- Gute Mitarbeiter als Wettbewerbsfaktor - Was können Handelsvertretungen tun, um für Vertriebsleute attraktiv zu sein?

Das nächste CDH Sommercamp findet vom 30. Juni bis 2.Juli 2013 wieder in Berlin statt.

Verkaufstraining mit Marc M. Galal

Der CDH ist es gelungen, einen der besten Verkauftrainer, nämlich Marc M. Galal, für ein ganztätiges Verkaufstraining zu gewinnen. Das erste Großevent fand am 1. September 2012 in Frankfurt/Main statt.

Um einen langfristigen Verkaufserfolg zu erreichen, also viele Aufträge zu erzielen und zahlreiche Abschlüsse zu tätigen, ist eine positive Einstellung absolut notwendig. Denn jeder Gedanke und jeder innere Prozess beeinflusst unbewusst die Kommunikation. Wenn innerliche Verkaufsblockaden bestehen, werden diese auch unbewusst die Kommunikation boykottieren. Dies sind die Grundgedanken des Verkauftrainings*:* „Wer wirklich verkaufen will, verkauft!“ Galal zeigte Techniken auf, wie Hemmungen und Blockaden beim Verkäufer selbst aufgebrochen bzw. beseitigt und Widerstände/Kaufblockaden beim Kunden/Einkäufer überwunden werden können. Rund 130 faszinierte CDH-Mitglieder nahmen an der Veranstaltung teil.

Aufgrund der großen Resonanz wurde am 24. Mai 2013 in Hannover eine weitere Veranstaltung angeboten.

Vertriebsangebote für CDH-Mitglieder

Im Jahr 2012 hat die CDH-Organisation auf der internationalen Einrichtungsmesse imm cologne und auf der Eisenwarenmesse Köln einen Informationsstand und auf der Hannover Messe ein Informationsbüro eingerichtet. Insgesamt wurden nahezu 330 Besucher gezählt, davon über 200 allein auf der imm cologne. Der Hauptzweck der Messe-Informationsstände der CDH-Organisation ist die Anbahnung von Geschäftskontakten zwischen CDH-Mitgliedern sowie in- und ausländischen Unternehmen. Weitere Aufgaben bestehen darin, den Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung zu repräsentieren und potentielle Mitglieder und Existenzgründer über das Dienstleistungsangebot der CDH-Organisation zu informieren, um neue Mitglieder zu werben.

Von den Ausstellern dieser drei und dreiundzwanzig weiterer internationaler Messen in Deutschland wurden von der CDH und dem CDH-Wirtschaftsverband Baden-Württemberg insgesamt 805 Vertretungsangebote eingeholt. Erstmals wurden dazu auch die Aussteller der INTERMOT, der Internationalen Motorrad-, Roller- und Fahrradmesse in Köln angeschrieben.

Die Vertriebsangebote waren auf der entsprechenden Internetseite der CDH 4 bis 8 Wochen vor der jeweiligen Messe und bis zu 2 Monate nach deren Ende für die CDH-Mitglieder verfügbar. Außerdem waren alle rechzeitig eingegangenen Angebote spätestens 1 Woche vor Messebeginn bei allen CDH-Wirtschaftsverbänden und während der imm cologne, der Eisenwarenmesse und der Hannover Messe auf den CDH-Messe-Informationsständen erhältlich. Damit hatten CDH-Mitglieder die Möglichkeit, bereits vor oder während eines Messebesuches Kontakt zu den ausstellenden Firmen aufzunehmen, die Vertriebspartner suchen.

Dieser Service der CDH und der CDH-Wirtschaftsverbände wird von Unternehmen, die auf der Suche nach Vertriebspartnern sind, ebenso geschätzt, wie von den Interessenten. Die mit der CDH kooperierenden Messegesellschaften sehen darin ebenfalls eine wichtige Dienstleistung der CDH-Organisation für Aussteller und Messebesucher.

Messekontakte

Die CDH-Organisation hat zu vielen wichtigen Messegesellschaften in Deutschland gute Verbindungen. In den Fachbeiräten einiger Messen sind Repräsentanten der CDH-Wirtschaftsverbände und der CDH-Fachverbände vertreten. Die CDH ist außerdem Mitglied des Ausstellungs- und Messeausschusses der deutschen Wirtschaft (AUMA).

Kooperation mit der Deutsche Messe AG, der KölnMesse und der Messe Frankfurt

Ein Gespräch von CDH-Präsident Heinrich Schmidt und den Hauptgeschäftsführern der CDH und des CDH-Wirtschaftsverbandes Niedersachsen/Bremen mit dem damaligen Vorstandsvorsitzenden der Deutsche Messe AG, Sepp Heckmann, im Jahr 2008 hatte eine Intensivierung der Zusammenarbeit mit der Messegesellschaft in Hannover zur Folge. In den Jahren 2012 und 2013 konnten deshalb wieder alle CDH-Mitglieder über die Internetseiten der CDH-Organisation und anschließender Registrierung als Fachbesucher ein kostenloses Tagesticket für die CeBIT und eine kostenlose Dauerkarte für die Hannover Messe anfordern.

Die CDH konnte auch erneut allen CDH-Mitgliedern und den Mitgliedern aller anderen in der internationalen Union der Handelsvertreter- und Handelsmaklerverbände (IUCAB) zusammengeschlossenen Verbände der Einrichtungsbranchen eine kostenlose Dauerkarte für die Internationale Einrichtungsmesse imm Cologne 2013 anbieten, die dieses Jahr die living kitchen beinhaltete. Dieses Angebot haben fast so viele CDH-Mitgliedsunternehmen wie im Jahr zuvor genutzt und 157 Gutscheincodes angefordert. Hinzu kamen 28 Anforderungen von IUCAB-Mitgliedern, mehrheitlich aus den Niederlanden. Die Möbelhandelsvertreter der CDH-Wirtschaftsverbände Hamburg, Hessen-Thüringen und Niedersachsen/Bremen waren darüber zuvor vom Fachverband Wohnambiente der CDH per E-Mail informiert worden. Allen anderen CDH-Mitgliedern wurde dieses Angebot über das H & V Journal und von den CDH-Wirtschaftsverbänden bekannt gegeben.

Für Handelsvertreter stand auch erneut die große Agents Lounge, dieses Jahr im Europasaal zur Verfügung, die als Ruhezone oder für Gespräche bei Getränken und einem Snack gut genutzt wurde. Die CDH-Mitglieder wurden zudem darüber informiert, dass vom CDH-Fachverband Wohnambiente wieder ein Messe-Informationsstand eingerichtet wurde, auf dem Vertretungsgesuche von Handelsvertretern an Messebesucher von Firmen und Ausstellerfirmen weitergegeben wurden, die Vertriebspartner suchten.

CDH-Mitglieder und die Mitglieder der IUCAB Verbände hatten zur imm cologne aber bereits vor der Messe die Möglichkeit, ihr Vertriebsgesuch an die CDH zu übermitteln. Diese Vertretungsgesuche von Handelsvertretern wurden von über 90 Firmen und Ausstellern sowie Botschafts- und Konsulatsangehörigen, die ihrerseits Vertriebsangebote abgaben, auf dem CDH-Stand stark nachgefragt. Die hohe Zahl von insgesamt 177 Besuchern war maßgeblich auf die wiederum hervorragende Platzierung des in diesem Jahr nochmals deutlich vergrößerten CDH-Messestandes zurückzuführen.

Auch zur internationalen Eisenwarenmesse 2012 konnten CDH-Mitglieder nach 2010 erneut Gutscheincodes für kostenlose Tageskarten bei der CDH anfordern. 183 Ticketcodes für die Eisenwarenmesse wurden 2012 an CDH-Mitglieder übersandt.

Neu war für CDH-Mitglieder die Möglichkeit, Ticketcodes für kostenlose Dauerkarten zur Frankfurter Messe Tendence bei der CDH zu erhalten. Von den CDH-Mitgliedern wurden 172 Ticketcodes angefordert. Die CDH ermöglichte ihren Mitgliedern außerdem bereits zum vierten mal, die Frankfurter Messe Ambiente 2013 während der gesamten Messedauer kostenlos zu besuchen. Die CDH-Mitglieder haben dazu 212 Ticketcodes für Dauerkarten abgerufen.

CDH-Messen

Eine besondere Dienstleistung, vor allem für Kunden aus dem Einzelhandel, bieten CDH-Mitgliedsunternehmen zahlreicher Konsumgüterbranchen ihren vertretenen Unternehmen mit der Präsentation ihres Sortimentes auf CDH-Messen. Im vergangenen Jahr wurden von den CDH-Wirtschaftsverbänden 51 Musterschauen oder Ordertage organisiert oder in ihrem Auftrag durchgeführt. Diese CDH-Messen leisten einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Markttransparenz und zur Erleichterung des Einkaufs für den mittelständischen Einzelhandel. Sie sind speziell auf die Anforderungen der jeweiligen Branchen und Märkte ausgerichtet und als ausgesprochene Orderveranstaltungen für Kunden und Lieferanten eine wertvolle Ergänzung zu den großen überregionalen und internationalen Messen.

Neben diesem vielfältigen Angebot an Musterschauen wird in Wallau zweimal jährlich auch eine internationale Messe, die internationale Natur-Textilien-Messe InNaTex durchgeführt.

Amtliche Statistik

Die CDH ist im Arbeitskreis Handelsstatistik im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie in den beiden Fachausschüssen „Handelsstatistik“ und „Klassifikationen“ beim Statistischen Bundesamt bei der Vorbereitung von Erhebungen für amtliche Statistiken beratend tätig, um die Interessen der CDH-Mitglieder zu wahren.

Sowohl für die Jahres- als auch für die Monatserhebung im Handel und Gastgewerbe wurde die Methodik der Stichprobenziehung weiterentwickelt. Nutznießer ist somit auch der Wirtschaftsbereich der Handelsvermittlung auf der Großhandelsstufe. Zukünftig wird jährlich ein Teil der berichtspflichtigen Unternehmen durch andere Unternehmen ersetzt. Für die Jahre 2009 (rückwirkend) bis einschl. 2011 wurde jeweils ein Drittel der bisher befragten Unternehmen ausgetauscht. Seit 2012 wird jährlich ein Sechstel der befragten Unternehmen ausgetauscht.

Gleichzeitig wurde die Teilnahmedauer an diesen Erhebungen für die auskunftspflichtigen Unternehmen, auch auf Betreiben der CDH, von zehn auf sechs Jahre gekürzt und dadurch die Dauer der Befragungen der jeweils betroffenen Unternehmen reduziert. Handelsvermittlungsunternehmen mit weniger als 50.000 Euro und

Großhandelsunternehmen mit weniger als 1 Million Euro Jahresumsatz sind ohnehin von der Monatserhebung befreit.

Die CDH hat diese Aktivitäten in den Fachausschüssen „Handelsstatistik“ und „Klassifikationen“ beim Statistischen Bundesamt begleitet und immer wieder darüber berichtet. Die CDH hat aber auch die Ergebnisse der Jahreserhebungen im Handel zum Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung auf der Großhandelsstufe in den Fachausschüssen beim Statistischen Bundesamt immer wieder angezweifelt.

Zu Recht, wie sich im Berichtsjahr 2011 herausgestellt hat. Die Anzahl der Handelsvermittlungsunternehmen auf der Großhandelsstufe wird in der Handelsstatistik 2009, die im Sommer 2011 veröffentlicht wurde, mit -unseres Erachtens realistischen- 41.674 angegeben. In der Handelsstatistik für 2008 wurde die Anzahl der Handelsvermittler noch mit 22.718 angegeben und in den Jahren zuvor ähnliche Werte ausgewiesen. Ähnlich verhielt es sich auch für den gesamten Wirtschaftsbereich Großhandel, wenn auch nicht ganz so krass.

Die CDH hat die CDH-Wirtschaftsverbände über diese Sachverhalte informiert. Der erwartete weitere Anstieg der Unternehmenszahlen im Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung auf der Großhandelsstufe und im Großhandel insgesamt in der Jahreserhebung 2010 ist jedoch, vermutlich auch durch die Auswirkungen der Finanzkrise, unterblieben. Für 2010 wurden in der Handelsstatistik 37.726 Handelsvermittlungsunternehmen auf der Großhandelsstufe ausgewiesen. Auch die Anzahl der übrigen Großhandelsunternehmen war zurückgegangen, aber nur vergleichsweise geringfügig.

Das Erhebungsprogramm der Jahreserhebung umfasst den Jahresumsatz, die Investitionen, den Wareneingang, die Lagerbestände zu Beginn und Ende des Berichtsjahres, die Anzahl der Beschäftigten, die Bruttoentgelte und die Sozialabgaben. Außerdem wird eine Aufgliederung des Gesamtumsatzes auf die ausgeübten Arten der wirtschaftlichen Tätigkeiten abgefragt. Monatlich werden mit dem Monatsumsatz und der Beschäftigtenzahl, unterteilt nach Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigten, nur wenige Daten erhoben.

Die ausgewählten Unternehmen sind grundsätzlich auskunftspflichtig. Die Weigerung zur Mitteilung der abgefragten Daten kann mit empfindlichen Bußgeldern geahndet werden. Außer der bereits geschilderten Ausnahme zur Monatserhebung, gilt für beide Erhebungen eine Ausnahme für Existenzgründer, die im Jahr der Betriebseröffnung grundsätzlich von der Auskunftspflicht befreit sind. In den beiden Jahren nach der Gründung gilt die Befreiung wenn das Unternehmen im abgelaufenen Geschäftsjahr weniger als 500.000 Euro Umsatz erzielt hat. Die Befreiung ist mit einem Formblatt zu beantragen, dem geeignete Dokumente zum Nachweis des Antragsgrundes beizufügen sind. Betroffene Mitglieder konnten Auskünfte dazu bei der CDH erhalten.

Eine weitere Ausnahme für die Monats- und Jahreserhebung gilt im Regelfall für Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten, wenn diese für drei verschiedene Statistiken des Bundes im Kalenderjahr befragt werden. Die monatliche Erhebung immer gleicher Daten für eine Bundesstatistik zählt dabei nur als eine einzige Erhebung. Die monatliche und die jährliche Erhebung zur Handelsstatistik sind zwei Erhebungen. Wird diese Ausnahme beantragt, müssen im Antrag die Stichprobenerhebungen (Statistiken) genannt werden, zu denen das Unternehmen bereits herangezogen wird. Wenn es möglich ist, ein Unternehmen aus dem gleichen Bundesland, der gleichen Branchengruppe und der gleichen Umsatzgrößenklasse stattdessen heranzuziehen, wird das antragstellende Unternehmen von der bzw. einer Berichtspflicht befreit. Ist das nicht möglich, muss geprüft werden, aus welcher der Erhebungen, zu denen es bislang herangezogen wurde, das Unternehmen zu entlassen ist.

CDH-Rahmenabkommen

CDH-Mitglieder profitieren durch die CDH-Organisation auch von wirtschaftlichen Vorteilen in vielfältiger Form. Mit der Nutzung zahlreicher entsprechender Abkommen der CDH und der CDH-Wirtschaftsverbände haben CDH-Mitglieder die Möglichkeit, die Kosten ihres Geschäftsbetriebes zu senken. Bei aktiver Nutzung dieser Abkommen können die daraus resultierenden Kostenersparnisse den CDH-Mitgliedsbeitrag bei weitem übertreffen.

Die Beschaffung ihrer Geschäftsfahrzeuge als ein unverzichtbares Arbeitsmittel ist für viele CDH-Mitglieder die größte betrieblich bedingte Investition. Seit einigen Jahren ist deshalb für die CDH die Erzielung möglichst hoher Preisnachlässe für Geschäftsfahrzeuge ein besonders wichtiger Bereich zur Realisierung von Kostenersparnissen für die Mitglieder. Die Rahmen- und Lieferabkommen der CDH zum vergünstigten Bezug von Kraftfahrzeugen wurden deshalb auch im vergangenen Jahr verbessert. Insgesamt können CDH-Mitglieder zehn Rahmenabkommen mit Herstellern, sieben Lieferabkommen mit Vertragshändlern weiterer Marken und ein Lieferabkommen mit einem Groß- bzw. Zwischenhändler, bei dem weitere sieben Fabrikate mit Preisnachlässen bezogen werden können, nutzen. Für bestimmte Modelle sind über dieses Abkommen auch Preisnachlässe erzielbar, die über die Rahmensvertragskonditionen hinausgehen.

Ein weiteres Lieferabkommen mit einem Vertragshändler der Marken Citroen, Peugeot und Renault in Westfalen gewährt CDH-Mitgliedern zusätzliche Preisnachlässe, die über die Rahmenvertragskonditionen hinausgehen. Mit einem Vertreter der Firma SpaceCamper besteht zudem ein Vertrag zum vergünstigten Bezug von Businessmobilen auf Basis des VW T5.

Vergünstigungen genießen CDH-Mitglieder auch beim Tanken. Für eine minimale monatliche Gebühr von 1 Euro sind Shell-Tankkarten erhältlich, die an allen Shell-, Dea-, Esso- und Avia-Tankstellen in Deutschland genutzt werden können. An deutschen Shell-Tankstellen wird für Dieselkraftstoff ein Preisnachlass von 2,5 Cent netto pro Liter und für

hochwertige Schmierstoffe weiterhin ein Preisnachlass von 20 % gewährt. Die Nutzer profitieren aber vor allem von einer erheblichen Arbeitsersparnis für sich und ihre Mitarbeiter, sowie von geringeren Buchhaltungskosten. Die Shell-Tankkarte der CDH wird deshalb von vielen CDH-Mitgliedsfirmen genutzt, deren Zahl beträchtlich erhöht werden konnte.

Neu abgeschlossen wurde ein Rahmenabkommen mit der A.T.U Auto-Teile-Unger GmbH & Co. KG. Dabei handelt es sich um einen Betreiber von deutschlandweit über 600 Autofachmärkten mit herstellerunabhängigen Meisterwerkstätten. Alle CDH - Mitglieder haben seit Jahresbeginn die Möglichkeit unserer Rahmenvereinbarung mit der CDH beizutreten und erhalten Preisnachlässe. Ausgenommen sind regionale und saisonale Sonderangebote, Zukäufe von Dritten bzw. nicht bei A.T.U vorrätige Artikel, ASU- und HU-Gebühren und Mietwagenpreise.

Die Preisnachlässe sind dem Personal in den Filialen nicht bekannt. Sie werden anhand der Kundennummer, die jedes CDH - Mitglied nach seinem Beitritt zu dieser Rahmenvereinbarung erhält, vom zentralen System zur Rechnungserstellung automatisch abgezogen. Das bedeutet auch, dass Lieferung und Leistung auf Rechnung erfolgt und die Bezahlung in den A.T.U – Filialen entfällt. Für Reifen gilt zudem eine „best Price“ Garantie. Dazu vergleicht das System automatisch, ob für gekaufte Reifen zum Kaufzeitpunkt in der fraglichen Filiale ein Sonderangebot gegolten hat und ob dieses günstiger war, als der zu diesem Zeitpunkt gültige Normalpreis abzüglich des zehnprozentigen Preisnachlasses. Ist das der Fall, wird der Sonderangebotspreis berechnet, wenn nicht, der Normalpreis abzüglich des Preisnachlasses.

Für CDH-Mitglieder gelten bei der Autovermietung Europcar eigene spezielle und sehr günstige Tarife für alle Anmietungen in Deutschland. Dieses Angebot wurde im Jahr 2012 weiterhin intensiv genutzt.

CDH-Mitglieder haben exklusiv die Möglichkeit, sich gegen berufsspezifische Risiken zu versichern, für die es zum Teil sonst auf dem Markt keinen Versicherungsschutz gibt. Das ermöglichen die Rahmenabkommen der CDH-Wirtschaftsverbände mit der HDI AG über die auch für zahlreiche andere Versicherungen für die Risikovorsorge im privaten Bereich Sonderkonditionen oder mit Kombipolicen interessante Paketlösungen angeboten werden. Im Bereich der Altersvorsorge eröffnen die Rahmenabkommen mit der HDI AG CDH-Mitgliedsunternehmen Möglichkeiten, die mit denen von Großunternehmen vergleichbar sind. Denn damit können sie ihren Mitarbeitern für den Aufbau ihrer privaten Altersvorsorge für die gesamte Bandbreite der Versicherungslösungen die gesetzlich vorgesehene Möglichkeit der Gehaltsumwandlung zur Beitragszahlung anbieten.

Außerdem haben fast alle CDH-Wirtschaftsverbände mit der DKV-Deutsche Krankenversicherung AG sogenannte Gruppenversicherungsverträge abgeschlossen, die Beitragsermäßigungen für deren Mitglieder beinhalten.

Die EKGS GmbH, der CDH-Partner für Telekommunikation bietet allen CDH-Mitgliedern jetzt ein neues Serviceportal zur Optimierung ihrer Telefonkosten im Festnetz & Mobilfunk. Unter www.cdh.eingang.in können sie sich nun alle Angebote von o2 Telefonica, Telekom, vodafone und 1&1 direkt ansehen und persönlich mit den Beratern der EKGS GmbH Kontakt aufnehmen. Dieser für CDH-Mitglieder kostenfreie Service beinhaltet die Beratung für die Tarif- und Endgeräteauswahl. Die langjährige Erfahrung der EKGS GmbH im Telekommunikationsmarkt ist der entscheidende Vorteil für die Mitglieder bei der Auswahl des richtigen Anbieters und Endgerätes. Eine auf die Bedürfnisse des jeweiligen Interessenten abgestimmte, neutrale Beratung ist oftmals sehr teuer und aufwendig – hier für CDH-Mitglieder einfach und ohne Zusatzkosten! Der Service während der Vertragslaufzeit erfolgt dann über den ausgewählten Netzbetreiber. Über dieses Angebot hinausgehende Beratung ist für 1,- €/Minute möglich (wird vorher angesagt!).

Neben der richtigen Auswahl des Anbieters ist auch die richtige Tarifwahl von großer Bedeutung, denn nur mit dem richtigen Tarif und der richtigen Hardware ist sichergestellt, dass das Werkzeug Telefon auch optimal funktioniert. Dabei reicht oftmals auch die Umstellung auf einen aktuellen Tarif oder in einen anderen Rahmenvertrag aus, um eine Ersparnis von 10% bis 40% zu erzielen. Das geschulte EKGS-Team erstellt interessierten Mitgliedern gerne eine unverbindliche Kostenvergleichsanalyse.
Das derart erneut verbesserte Telekommunikationsangebot der CDH wird deshalb von den CDH-Mitgliedern rege genutzt. Zusätzlich ist ein Rahmenvertrag des CDH-Landesverbandes Niedersachsen/Bremen mit T-Mobile für alle CDH-Mitglieder nutzbar.

Je ein Abkommen der CDH mit den Verlagen Gruner + Jahr und FV Börsen Verlag GmbH ermöglicht CDH-Mitgliedern die Monatszeitschriften impulse, capital sowie die Wochenzeitschrift Börse Online mit Preisnachlässen zu abonnieren, die zwischen 72,5 und 74 Prozent liegen.

Auch der Softwareanbieter und CDH-Rahmenvertragspartner Haufe-Lexware bietet Preisnachlässe für CDH-Mitglieder.

Die Möglichkeiten zu Einsparungen werden durch die kostenlose CDH-Visa-Business-Card für CDH-Mitglieder abgerundet. Diese Kreditkarte hat zudem den Vorteil, dass erst 28 Tage nach Erstellung der jeweiligen Monatsabrechnung die damit beglichenen Ausgaben vom Konto des Karteninhabers abgebucht werden.

Ein weiteres Rahmenabkommen besteht mit der MEDITÜV Rhein-Ruhr GmbH & Co KG, einem Anbieter für sicherheitstechnische und arbeitsmedizinische Betreuung von CDH-Mitgliedsbetrieben, die Mitarbeiter beschäftigen, zur Erfüllung der entsprechenden Unfallverhütungsvorschriften.

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Presse

Medienpräsenz ist wichtig, um das Image des Wirtschaftsbereiches in der Öffentlichkeit nachhaltig zu stärken. Die CDH pflegt intensive Kontakte zu den Medien und nutzt auch alle Möglichkeiten der Social Media, um über Handelsvertretungen und ihre Bedeutung in der Wirtschaft zu informieren. An die Tages-, Wirtschafts- und Fachpresse sowie an die IHK-Zeitschriften werden regelmäßig Pressemeldungen versandt, die zum einen über die Entwicklung in dem Wirtschaftsbereich u.a. das Vertriebsbarometer informieren, zum anderen die Position der CDH zu aktuellen Fragen deutlich machen. Die CDH sprach sich im Berichtszeitraum öffentlich unter anderen gegen die PKW-Maut aus, plädierte gegen erschwerte Bedingungen für Existenzgründer und warnte vor Nachteilen für den Mittelstand bei Änderungen des AGB-Rechts. Einen großen Nachhall in den Medien fand die Online-Petition der CDH an den Petitionsausschuss des Deutschen Bundestages. Die CDH hatte in der Petition öffentlich aufgefordert, den ortsüblichen Marktpreis statt des Listenpreises für die Besteuerung der privaten Geschäftswagen-Nutzung zugrunde zu legen.

Die Petition der CDH hatte sogleich kompetente Unterstützer gefunden. So hat der Bund der Steuerzahler die Forderung der CDH mitgetragen und in seinem Newsletter seine Mitglieder aufgerufen, die Petition mit zu unterzeichnen. Das gleiche gilt für den Deutschen Franchise-Verband (DFV), der auch in seinem Newsletter berichtete. Die Aktion der CDH hat auch in der Presse viel Resonanz gefunden, u. a. im ZDF-Wirtschaftsmagazin WISO, in der Wirtschaftswoche, im Handelsblatt, im Impulse-Newsletter, in der Auto-Bild und in zahlreichen Internet-Foren und Blogs. Die Veröffentlichungen im Einzelnen sind im Pressespiegel der CDH einzusehen unter www.cdh.de/publikationen/pressespiegel.

Auch das ZDF berichtete in der Sendung WISO über die Online Petition der CDH

Die Fachpresse als wichtige Informationsquelle für die Unternehmen aus Industrie und Handel wurde regelmäßig mit Informationen versorgt. Zwei Fachzeitschriften, Lederwarenreport und RAS, stellen der CDH in ihren monatlich erscheinenden Ausgaben jeweils eine Seite für Meldungen zur Verfügung. Für die allgemeine Presse u.a. SalesBusiness und Zeitschriften von IHK's wurden Artikel rund um den Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung verfasst und veröffentlicht.

Regelmäßig aktualisiert wurde die Rubrik „So sieht's die CDH" auf der Homepage www.cdh.de. Dort nimmt die CDH kurzfristig zu aktuellen Themen Stellung, die in Wirtschaft und Politik diskutiert werden und die den Wirtschaftsbereich betreffen. Ziel ist es, dass die CDH intensiv an der politischen und wirtschaftlichen Diskussion teilnimmt, um als Verband in der Öffentlichkeit und bei der Presse noch mehr Beachtung und Gehör zu finden.

Seit Juni 2011 erscheint ein Online - CDH-Pressespiegel. Dort werden die zahlreichen Veröffentlichungen auf die Internetseiten der CDH gestellt und sind dort einsehbar unter www.cdh.de/publikationen/pressespiegel.

Die CDH hat im Berichtszeitraum auch im Arbeitskreis „Medienanalyse" des Gemeinschaftsausschusses der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft mitgewirkt. Der Arbeitskreis befasste sich mit der Frage, wie das Bild des Unternehmens im Fernsehen – öffentlich-rechtlich und privat – dargestellt wird. Der erteilte Forschungsauftrag wurde wie vorgesehen abgeschlossen.

H&V JOURNAL

Das H&V JOURNAL spielt nach wie vor eine zentrale Rolle in der Informationspolitik der CDH, in erster Linie für die Mitglieder, aber auch für die interessierte Öffentlichkeit, die sich ein Bild über die Aktivitäten des Verbandes machen kann.

Sehr positiv gestaltet sich weiterhin die Zusammenarbeit mit dem Gabler Verlag, der sich als große Verlagsorganisation intensiv für die Verbandszeitschrift einsetzt. In regelmäßigen Redaktionskonferenzen wird das gemeinsame Vorgehen abgestimmt. Der Zeitschrift wurden auch im Berichtszeitraum acht Seiten aus der Gabler-Zeitschrift SalesBusiness beigefügt, um das Themenspektrum für die CDH-Mitglieder zu erweitern.

In Berichtszeitraum wurden auch erste Überlegungen angestellt, eine eMag-Version des H&V JOURNALs herauszubringen, die im Internet im geschützten Mitgliederbereich verfügbar sein wird. Das Projekt soll zeitnah realisiert werden.

Nach wie vor gut angenommen wird das H&V Journal-Archiv, ein Service, mit dem die Redaktion die Aufbewahrung einzelner Artikel leichter macht. Interessierte Mitglieder können dort Artikel aus dem aktuellen H&V Journal sowie aus früheren Ausgaben als pdf-Datei herunterladen oder ausdrucken.

CDH im Internet

Im Berichtszeitraum wurde der Relaunch der www.cdh.de in seiner Grundstruktur abgeschlossen. Das neue Konzept ist auf große Zustimmung gestoßen. Konsequent wurden die Internetseiten zu einer Wissens- und Informationsplattform weiterentwickelt. Kontinuierlich wird der Inhalt erweitert, angepasst und aktualisiert. Vor allem die Mitglieder profitieren davon, die – überwiegend im geschützten Bereich – eine Fülle an Informationen finden, die sie für die tägliche Arbeit nutzen können.

Auch die CDH-Internet-Plattform für Handel und Absatz www.handelsvertreter.de hat sich weiter positiv entwickelt, wie die stark gestiegenen Zugriffszahlen belegen. Seit kurzem ist die Plattform dreisprachig (neben Deutsch auch Englisch und Französisch). Die intensive Nutzung der Vertriebsbörse zeigt, dass die Nachfrage nach Handelsvertretungen unvermindert groß ist, im Jahr werden etwa 1500 Vertretungsangebote auf der handelsvertreter.de aufgegeben.

Unter der Domain „come-into-contact“ haben sich die Plattformen handelsvertreter.de sowie die Plattformen anderer IUCAB-Mitglieder zu einer internationalen Vertretungsbörse zusammengeschlossen. Mittlerweile sind der Plattform acht IUCAB-Mitglieder angeschlossen (Österreich, Schweden, Frankreich mit zwei Verbänden, Zypern, Dänemark und Schweiz). Mit weiteren IUCAB-Verbänden ist in absehbarer Zeit zu rechnen.

Auch die Social Media werden von der CDH intensiv genutzt. Auf der Internet-Plattform Xing moderieren Mitglieder der Geschäftsführung eine eigene CDH-Gruppe, durch Foren und Newsletter werden die (Geschäfts)-Kontakte gepflegt. Im Berichtszeitraum ist die Gruppe deutlich angewachsen, immer mehr Handelsvertreter und Interessenten haben sich ihr angeschlossen. Auch bei Twitter, Facebook und Linkedin erscheinen regelmäßig Meldungen der CDH, diese Aktivitäten werden immer stärker ausgebaut.

In Wikipedia und anderen Internet-Lexika werden die CDH-Seiten regelmäßig gepflegt.

Mitgliederwerbung

Mitgliederwerbung spielt unverändert eine große Rolle im Rahmen der Aktivitäten der CDH. Diese wurden im Berichtszeitraum von der CDH weiter verstärkt, auch um die

Landesverbände zu unterstützen. Die für die Mitgliederwerbung zuständigen Mitarbeiter der CDH und der CDH-Landesverbände treffen sich in regelmäßigen Abständen zum Erfahrungsaustausch und zur Entwicklung neuer Strategien. Unter anderen werden auch die – je nach Landesverband unterschiedlichen – Werbebriefe besprochen und gemeinsam verbessert. Einige dieser Werbebrief sind in den geschützten Bereich im Internet der CDH eingestellt, um anderen Landesverbänden Anregungen zu bieten.

Intensiv weiter betrieben wurde im Berichtszeitraum auch die Recherche der Kontaktdaten von potentiellen Mitgliedern sowie gezielte Telefonaktionen, die sich daran anschließen.

Im Internetauftritt der CDH ist ferner ein gesonderter Interessentenbereich eingerichtet worden, der, mit monatlich wechselnden Kennwörtern versehen, ein gutes Instrument zur Mitgliederwerbung ist. Potentielle Mitglieder können über die CDH-Landesverbände das Passwort anfordern. Die eingeloggten Interessenten können dann über dieses Seite kostenlos und unverbindlich einige Leistungen der CDH kennen lernen z. B. das Muster eines Handelsvertretervertrages, das H&V JOURNAL sowie Vertretungsangebote.

Als erfolgreiches Instrument hat sich in der Vergangenheit neben der Mitgliederwerbung durch die CDH und die CDH-Landesverbände auch die Weiterempfehlung der CDH durch ihre eigenen Mitglieder erwiesen. Es gibt seit 2012 ein bundeseinheitliches Prämienmodell: Für eine erfolgreiche Werbung erhält der Werber nun von seinem Landesverband eine Prämie von 50 Euro, unabhängig davon, in welchen Landesverband das neue Mitglied eintritt. Vertretertagungen, Messebesuche und Informationsveranstaltungen bieten Handelsvertretern eine gute Gelegenheit, ihre Kollegen anzusprechen, um ihnen die Vorteile der Mitgliedschaft in der CDH-Organisation vor Augen zu führen.

Erstklassiger Service und Komfort: Das Hotel Adlon mitten im Herzen Berlins

Auf die Hilfe der Mitglieder stützt sich auch eine Aktion im Berichtszeitraum. Unter den Mitgliedern wird ein attraktiver Preis verlost, ein Wohlfühl-Wochenende in Berlin für zwei Personen mit Übernachtung im Hotel Adlon, ein Essen im Szene-Restaurant Borchardt sowie ein Musical Besuch. Die Mitglieder sollen dafür Kontaktdaten von Kollegen, die die CDH noch nicht kennen und die auf eine Mitgliedschaft angesprochen werden können, online angeben. Im Gegenzug haben sie die Chance, das Wochenende zu gewinnen.

Aktualisiert wurde im Berichtszeitraum auch wieder das zahlreiche Werbematerial der CDH.

CDH-Vertriebsbarometer

Zweimal jährlich hat die CDH seit vielen Jahren ihre Konjunkturumfrage durchgeführt. Sie gibt Aufschluss über die Geschäftslage bei den CDH-Mitgliedsbetrieben sowie deren Einschätzung der zukünftigen konjunkturellen Perspektiven. Die Ergebnisse sind aufschlussreich für die CDH. Sie werden auch in verschiedener Weise publiziert, so in der Presse und in der Verbandszeitschrift „H&V JOURNAL“. Der einzelne Handelsvertreter erhält durch die Ergebnisse einen gewissen Orientierungsrahmen, indem er seine eigene Situation mit dem Durchschnitt seiner Branche vergleichen kann.

Die CDH-Konjunkturumfrage wurde im vergangenen Jahr zum Vertriebsbarometer ausgebaut. Der Fragebogen ist jetzt online ausfüllbar. Die Mitglieder erhalten zum Befragungszeitraum per E-Mail den entsprechenden Link, mit dem sie Zugriff auf den Fragebogen haben. Die CDH bietet damit allen Mitgliedern die Möglichkeit, an der Befragung teilzunehmen und nicht nur – wie früher – den per Zufallsverfahren ausgewählten Mitglieder. Damit hat sich die Befragungsbasis erhöht. Nunmehr wird das Vertriebsbarometer auch quartalsweise durchgeführt.

Mit dem Vertriebsbarometer hat die CDH eine einzigartige Möglichkeit geschaffen, die Konjunktur im Vertrieb kontinuierlich zu analysieren. Handelsvertretungen, die ständig im Gespräch mit den Geschäftskunden auf der Abnehmerseite stehen und ihr Orderverhalten kennen, gewinnen zu einem sehr frühen Zeitpunkt Informationen über die Entwicklung der Märkte. Insofern ist der Vertrieb ein guter Seismograph für wirtschaftliche Entwicklungen insgesamt.

Informationen

Die Versorgung der Mitglieder mit einer Vielzahl von Informationen, die mit der Geschäftstätigkeit und den entsprechenden Rahmenbedingungen im Zusammenhang stehen, ist eine der zentralen Aufgaben des Verbandes. Neben der Verbandszeitschrift, dem Internet und den Mitteilungen der Landesverbände sind Merkblätter eine weitere gute

Informationsmöglichkeit. Auch im Berichtszeitraum wurde eine Vielzahl von Merkblättern zu relevanten rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Themen neu erstellt bzw. aktualisiert. Die gegenwärtig 60 Merkblätter können im Internet im geschützten Mitgliederbereich heruntergeladen werden.

Das CDH-interne Informationspapier „aktuell intern“, das zu einem attraktiven Newsletter ausgebaut wurde, informiert die CDH-Landesverbände regelmäßig über aktuelle Themen und Aktivitäten der CDH. Diese Newsletter können auch auf den Landesverbandseiten im Internet als Gesamtmeldung und als Einzelmeldungen heruntergeladen werden.

Kontakte

- Im Verbändehaus in Berlin fand am im Juni 2012 der Sommerempfang des Handels mit zahlreichen Teilnehmern aus Wirtschaft und Politik statt. Die Geschäftsführung der CDH nahm diese Gelegenheit fast vollständig wahr.

- Am 24. August 2012 trafen sich die Hauptgeschäftsführer und Generalsekretäre des Gemeinschaftsausschusses der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft beim BDA in Berlin.

- Am 11. September 2012 trafen in der Geschäftsstelle der CDH in Berlin CDH-Präsident Heinrich Schmidt und der neu gewählte Präsident des Bundes der Steuerzahler Deutschland (BdSt) e.V., Reiner Holznagel M.A., zu einem ersten Gedankenaustausch zusammen. Seitens der CDH nahmen auch die beiden Hauptgeschäftsführer RA Eckhard Döpfer und RA Hermann Hubert Pfeil teil. Das Gespräch knüpfte an die sehr erfolgreiche Zusammenarbeit dieser beiden Institutionen in der Vergangenheit an. Erinnert sei insbesondere an die vielen steuerrechtlichen Musterprozesse des BdSt, die von der CDH unterstützend begleitet wurden, aber auch an jene die Politik sehr beeindruckende gemeinsame Massenpetition an den Deutschen Bundestag, als die Besteuerung der Ausgleichszahlungen der Handelsvertreter verschlechtert wurde. Diese sehr fruchtbare Zusammenarbeit im Interesse der Steuerzahler wird fortgesetzt. Gedacht ist dabei auch an gemeinsame Veranstaltungen, an gemeinsame Publikationen und an den Gedanken- und Informationsaustausch auf Arbeitsebene.

CDH-Präsident Heinrich Schmidt und der neu gewählte Präsident des Bundes der Steuerzahler Deutschland (BdSt) e.V., Reiner Holznagel M.A.

- Teilnahme am „Jour fix Außenwirtschaft“, am 12. September 2012 im Bundesministerium für Wirtschaft, Berlin.

- Am 11. September 2012 folgte die CDH einer Einladung zu dem Parlamentarischen Abend von BDA, BDI und DIHK in Berlin

- Am 17. Oktober 2012 fand eine Sitzung des DIHK-Handelsausschusses in Berlin statt.

- Am 26. Oktober 2012 trafen sich das gesamte Präsidium und die beiden Hauptgeschäftsführer der CDH mit Mitgliedern des PKM, dem Parlamentskreis Mittelstand der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, zu einem fachlichen Gedankenaustausch im Deutschen Bundestag. Der PKM ist einer der einflussreichsten Kreise von Abgeordneten des Deutschen Bundestags. Mehr als 140 Abgeordnete von CDU und CSU haben sich zu diesem Kreis zusammengeschlossen, um gebündelt die Interessen des Mittelstandes in der Politik besser wahren zu können**.**

- Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler stellte sich am 7. Januar 2013 in Berlin den Anregungen und Fragen der 15 im Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft vereinten Spitzenverbände, darunter auch die CDH. Für die CDH nahmen an diesem konstruktiven Gedankenaustausch zum Jahresbeginn CDH-

Präsident Heinrich Schmidt und die beiden Mitglieder der CDH-Hauptgeschäftsführung RA Eckhard Döpfer und RA Hermann H. Pfeil teil. Ein Thema, das im Mittelpunkt stand, waren die gestiegenen Energiepreise und die Folgen für die Wirtschaft in Deutschland, auch für die Handelsvertretungen.

- Teilnahme am Jahresempfang des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung in der Vertretung des Landes Sachsen/Anhalt in Berlin am 27. Februar 2013

- Am 27. März folgte die CDH einer Einladung des Deutschen Instituts für Wirtschaft zu den Berliner Gesprächen zum Thema „10 Jahre Agenda 2010“

Veranstaltungen

CDH-Wirtschaftsverbände

- Am 22. Juni 2012 veranstalteten die beiden norddeutschen Landesverbände CDH-Hamburg und CDH-Niedersachsen/Bremen mit rund 150 Mitgliedern in Lüneburg erstmalig einen gemeinsamen Verbandstag.

- Am 26. September. 2012 veranstaltete der Wirtschaftsverband für Handelsvermittlung und Vertrieb Westfalen–Mitte (CDH) zusammen mit regionalen IHK’s das Handelsvertreterforum 2012 in Dortmund.

- Der 9. Internationale Handelsvertretertag des CDH-Wirtschaftsverbandes Ostwestfalen-Lippe fand am 5. November 2012 in Bielefeld statt.

- Der 5. Internationale Handelsvertretertag Rhein-Ruhr wurde vom CDH-Wirtschaftsverband Rhein-Ruhr am 3. Dezember 2012 in Düsseldorf durchgeführt.

- Auf der Vortragsveranstaltung anlässlich des Verbandstages am 19. April 2013 des Wirtschaftsverbandes der Handelsvertretungen Hessen-Thüringen referierte Dr. Bernhard Lauer, Geschäftsführer der Gebrüder Grimm Gesellschaft zum Thema „200 Jahre Kinder- und Hausmärchen – Aktualität und Bedeutung der Gebrüder Grimm“.

CDH-Fachverbände

7. Jahrestagung des CDH-Fachverbandes Technik

Vom 28. bis zum 29. September 2012 fand die 7. Jahrestagung des CDH-Fachverbandes Technik statt. Unter dem Motto „Wettbewerbsfähigkeit stärken – Herausforderungen

angehen“ wurde den fast 70 Teilnehmern in der rheinischen Metropole Köln wieder ein interessantes Tagungsprogramm geboten.

Am Beginn der Tagung stand die Besichtigung des deutschen Forschungszentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR). Die Teilnehmer erhielten unter fachkundiger Leitung tiefe Einblicke in verschiedene Projektbereiche wie die internationale Raumstation ISS, das Astronauten-Trainingszentrum, das DLR-Institut für Luft- und Raumfahrtmedizin und das Nutzerzentrum für Weltraumexperimente.

Der erste Teil des Fachprogramms stand unter dem Motto „Wir unter uns“. Die drei Bundesfachabteilungen des Fachverbandes Technik, Maschinen und Industrieausrüstung, Elektrotechnik und Elektronik und Zulieferindustrie führten jeweils unter der Leitung ihrer Vorstandsmitglieder ihre Branchengespräche durch. Hier wurde wieder alles angesprochen, was die Seele des technischen Vertriebsunternehmers aktuell berührt. Intensiv diskutiert wurden insbesondere die Branchenlage, Erfahrungen mit ausländischen Lieferanten oder auch der Umgang mit Geheimhaltungsvereinbarungen.

Mit dem Thema „Herausforderungen im technischen Vertrieb - Dauerbrenner und die neuen Brennpunkte“ eröffnete Prof. Dr. Uwe Jensen, Lehrstuhl für Vertriebsmanagement und Business-to-Business Marketing der Otto Beisheim School of Management WHU, Vallendar das Tagungsprogramm am zweiten Tag. Prof. Jensen widmete sich in seinem Vortrag den klassischen und zukünftigen Vertriebsherausforderungen. „Back to the Basics!“ forderte er. Vertriebsarbeit ist Detailarbeit. Die beste Vertriebsstrategie nütze nichts, wenn es an den Grundlagen des Verkaufens und Führens mangelt.

Gemeinsam zu neuen Erfolgspotenzialen - Gehört Kooperationen im technischen Vertrieb die Zukunft? Diese Frage behandelte Dipl.-Kfm. Lothar Keite, effibrain Institut für Markenprofil, Hamburg in seinem Vortrag. Kunden suchten vollständige Lösungen. Das gelte vor allem im technischen Vertrieb. Wer in dieser Entwicklung bestehen wolle, müsse sich konzentrieren. Denn Kooperationen seien der Weg, zusätzliche Erfolgspotenziale zu erschließen. Konzentration auf die eigenen Kompetenzen, Kooperation mit kompetenten Partnern.

Den Schlusspunkt im diesjährigen Vortragsreigen setzte Dr. Marco von Münchhausen, Münchhausen & Partner, Vorträge Seminare, München mit dem Thema „Effektive Selbstmotivation – So zähmen Sie Ihren inneren Schweinehund“. Selbstmotivation und Erfolg beruhten weitgehend darauf, den inneren Schweinehund zu zähmen und nicht etwa gegen, sondern mit ihm als Begleiter Ziele zu erreichen. Dr. von Münchhausen zeigte in seinen kurzweiligen Vortrag mit treffsicheren Beispielen aus der Praxis und konkreten, direkt umsetzbaren Tipps auf, in welchen Bereichen des Lebens der innere Schweinehund den Einzelnen am meisten sabotiert.

Neben der intensiven Facharbeit fand in der Kölner Altstadt die Abendveranstaltung des CDH-Fachverbandes Technik statt. Nach einem Stadtrundgang mit Zwischenstationen in

dem einen oder anderen Kölner Brauhaus wurde in das Brauhaus „Em Kölschen Booren“ eingekehrt.

3. CDH-Branchenevent: Erfolgreiches Marketing der Handelsvermittlung

Auch der dritte CDH-Branchenevent am 9. und 10. November im Schlosshotel Ettersburg in Weimar ist bei den CDH-Mitgliedern auf große Resonanz gestoßen. An dem Branchenevent nahmen die CDH-Fachverbände Bauwesen, Medizinprodukte-Gesundheitswesen, Mode-Sport-Accessoires, Papier-Verpackung-Büro und Wohnambiente teil. Unter dem Motto „Erfolgreiches Marketing der Handelsvermittlung“ wurde ein interessantes Programm mit kompetenten Referenten geboten.

Am Beginn stand der mit großen Interesse aufgenommene Vortrag des bekannten Verkaufstrainers Marc M. Galal, Frankfurt/M., der zum Thema „Neukundengewinnung**“** sprach und intensiv mit den Teilnehmern diskutierte**.**

Das Internet – so Galal – habe die Strategien zur Kundengewinnung erheblich verändert, zumal Kaltakquise und „cold calls“ auf traditionellen Wegen wie dem Telefon aufgrund datenrechtlicher Bestimmungen schwieriger geworden seien. Galal sprach verschiedene Möglichkeiten an, das Internet für die Gewinnung neuer Kunden zu nutzen.

Im face to face Bereich setzt Galal u.a. auf Empfehlungsmarketing. Entscheidend sei, den Kunden zu motivieren, um in ihm auch die Bereitschaft zu Empfehlung zu wecken. Galal führte verschiedene Strategien an, um die Kunden in diesen Sinn richtig anzusprechen. Als weitere Strategie der Neukundengewinnung empfahl Galal „Hucke-pack-Marketing“. Das bedeutet, sich mit anderen Handelsvertretungen zusammen zu tun, die die gleichen Kunden bedienen, um z.B. gemeinsame Werbemaßnahmen oder sonstige Aktionen durchzuführen.

Die Handelsvertretungen – so Galal – müssten sich vergegenwärtigen, dass sie „Kundenbesitzer“ sind und nicht nur der lange Arm der vertretenen Unternehmens. Mit einer veränderten Einstellung würde auch ein verändertes Selbstwertgefühl und damit ein entsprechendes Verhalten einhergehen.

Zum Thema „Dialogmarketing – Grundzüge und Umsetzung im Unternehmensalltag “ sprach Monika Schneider, Vertriebsleiterin Direktmarketing Center Berlin und Trainerin. Neben dem Internet spiele auch das klassische Marketing mit Printwerbung und Dialogmarketing nach wie vor eine bedeutende Rolle. Es gebe in diesem Bereich eine Reihe von Möglichkeiten der Kundenansprache.

Ganz entscheidend für den Erfolg von Werbemaßnahmen generell es, sich aus der Masse der Werbebotschaften hervorzuheben. Nur dann werde man wahrgenommen, nur dann erreiche man den Adressaten, wenn die Werbebotschaft auf den ersten Blick Aufmerksamkeit und Interesse weckt. Wichtig ist, dass dem Kunden der Nutzen des

Angebots auf den ersten Blick ersichtlich wird. Frau Schneider griff das Beispiel des Werbebriefes heraus, um Faktoren zu zeigen, die die Aufmerksamkeitswirkung beeinflussen.

Im Anschluss an die Vorträge folgten getrennte Sitzungen der einzelnen Fachverbände u.a. mit ihrem Branchengesprächen.

Teil des attraktiven Rahmenprogramms war eine Führung durch das zum UNESCO-Weltkulturerbe „Klassisches Weimar“ gehörende Schlossensemble Ettersburg. Ein Höhepunkt des Rahmenprogramms war ein Besuch der Herzogin Anna Amalia Bibliothek mit dem bekannten über drei Geschosse reichende Rokokosaal, die seit dem 18. Jahrhundert zu den bekanntesten Bibliotheken in Deutschland behört.

Ein weiteres Highlight war ein Besuch des Weimar Hauses. Dieses Erlebnismuseum bot eine Zeitreise in die Zeit der Klassiker. In dem Erlebnis-Museum konnten die Handelsvertreter die Geschichte Weimars und ihrer geistigen Größen kennen lernen. Es wurde in anschaulicher und spielerischer Art und Weise ein geschichtlicher Überblick über 5000 Jahre Weimarer Geschichte gegeben. Nach einem Stadtrundgang schloss ein gemeinsames Abendessen den Branchenevent ab.

ORGANISATION

Wirtschaftsbereich Handelsvermittlung und Vertrieb

CDH-Wirtschaftsverbände

Baden-Württemberg	Bayern	Bergisch Land	Hamburg/ Mecklenburg/ Schleswig-Holstein
Hessen-Thüringen	Köln-Bonn-Aachen	Niedersachsen/ Bremen	Nordost
Ostwestfalen-Lippe	Rheinland-Pfalz	Rhein-Ruhr	Saarland
	Westfalen-Mitte		

CDH-Fachverbände

Bauwesen	Medizinprodukte – Gesundheitswesen
Mode – Sport – Accessoires	Nahrungsmittel – Wein – Spirituosen
Papier – Verpackung – Büro	Technik
Wohnambiente	

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.

CDH-Hauptversammlung

CDH-Präsidium

CDH-Geschäftsführung

Zentral-abteilung	Recht und Soziales	Wirtschaft / Steuern
Betriebswirt-schaft / Verkehr / Umwelt	Internationales	Öffentlichkeits-arbeit

H&V Journal - Wirtschaftsmagazin für Handelsvermittlung und Vertrieb

CDH-Forschungsverband

CDH eService GmbH

CDH-DATA GmbH

Mitglied der IUCAB

Präsidium der CDH

Präsident	Dipl.-Ing. Heinrich Schmidt, Hannover
Vizepräsidenten	Stephan Aug, Mainz-Gonsenheim Dipl.-Kfm. Dirk P. Goeldner, Köln Ralf Pape, Großhansdorf Werner Steiner, München
Ehrenpräsident	Horst Platz, Bad Homburg

Geschäftsführung der CDH

Hauptgeschäftsführung	RA Eckhard Döpfer RA Hermann Hubert Pfeil
Geschäftsführer/-in	Dipl.-Vw. Claudia Mischon Dipl.-Kfm. Jens Wolff
Referentin	Sina Heller

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.
Verbändehaus "Handel - Dienstleistung - Tourismus"
Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
T 030 / 726 25 600
F 030 / 726 25 699
centralvereinigung@cdh.de
www.cdh.de
www.handelsvertreter.de
www.come-into-contact.com

CDH
Kompetenz für Vertrieb

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.