



# GESCHÄFTSBERICHT 2023/2024



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

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>STANDORT</b>	<b>3</b>
Zur Situation der Handelsvertretungen	
<b>CDH-ORGANISATION</b>	<b>6</b>
Hauptversammlung und Herbstsitzung in besonderer Art	
Fusionen von CDH Landesverbänden	
SMTP-Gruppe der CDH noch weitergehend etabliert	
<b>CORONA</b>	<b>8</b>
Abschließende Informationen der CDH-Mitglieder zu den Schlussabrechnungen zu den Corona-Hilfsprogrammen	
<b>RECHT</b>	<b>8</b>
Für Bürokratieabbau und Wachstumschancen eingesetzt	
Initiative pro AGB-Recht wieder verstärkt aktiv	
Verbandsübergreifende Zusammenarbeit im Arbeitskreis „Selbständige im Vertrieb“	
13. Symposium der Deutschen Gesellschaft für Vertriebsrecht	
<b>INTERNATIONALES</b>	<b>12</b>
IUCAB – Kongress anlässlich des 70-jährigen Jubiläums	
Treffen der Arbeitsgruppe Recht der IUCAB	
Geschäftsführer-Treffen der IUCAB-Mitgliedsverbände persönlich und digital	
Stellungnahme zum Vorschlag der EU-Kommission für eine Verordnung zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr	
EU Ministerrat verabschiedet Kompromissvorschlag zur Plattformarbeit	

<b>VERKEHR</b>	<b>17</b>
Informationen über Fördermaßnahmen für Elektromobilität	
<b>ÖFFENTLICHKEITSARBEIT</b>	<b>18</b>
Austausch mit der Bundesregierung im Gemeinschaftsausschuss	
Positionen der CDH zur Europawahl	
CDH befragt Parteien zur Europawahl	
So sieht's die CDH	
Informationen für Vertriebsunternehmer	
Social Media-Daten der CDH kontinuierlich verbessert	
Zukunft im Vertrieb – LinkedIn Kampagne der CDH fortgesetzt	
Informationen über den Vertriebsweg Handelsvertretung	
Digitale Werbemittel	
Starthilfe für Existenzgründer	
<b>WEITERBILDUNG/UNTERSTÜTZUNG</b>	<b>28</b>
CDH-Webinare weiter von Interesse	
Relaunch der Handelsvertreter.de und aller weiteren IUCAB B2B Plattformen	
Kooperation mit der KölnMesse und der Messe Frankfurt	
CDH-Messen	
Amtliche Statistik	
CDH-Rahmenabkommen	
<b>ORGANIGRAMM DER CDH-ORGANISATION</b>	<b>36</b>

## STANDORT

### ▲ Zur Situation der Handelsvertretungen

Mit Handelsvertretungen sind die 33.713 Unternehmen in Deutschland (Stand 31.12.2020) gemeint, deren Tätigkeitsschwerpunkt die **Handelsvermittlung auf der Großhandelsstufe** ist. Der **Krieg in der Ukraine** dauerte während der Befragungen zu den sogenannten **CDH-Vertriebsbarometern**, die im Verlaufe des Jahres 2023 dreimal online mit guter Beteiligung der CDH-Mitglieder durchgeführt wurden, an. Die **negativen konjunkturellen Auswirkungen des Krieges** und seiner Folgen **zeigten auch die Ergebnisse** dieser traditionellen Konjunkturumfragen der CDH im **Verlauf des Jahres 2023 deutlich**, auch wenn die Handelsvertreter insgesamt im Jahr 2023 offenbar weniger darunter gelitten haben, als man erwarten konnte. Der Grad der **negativen Betroffenheit** war **stark von der Branche abhängig**.



Trotz dieser Situation sind im **Frühjahr 2023** die Beurteilungen der **eigenen Geschäftslage** zunächst im Durchschnitt **sogar etwas besser** geworden und die Beurteilungen der aktuellen **Branchenlage** haben sich im Gesamtdurchschnitt **sogar erheblich verbessert**. Im Gesamtdurchschnitt sind die Anteile der **sehr guten** (-3,8%) und der **guten** (+3,4%) Beurteilungen der **eigenen aktuellen Geschäftslage** zwar um 0,4 Prozentpunkte

**zurückgegangen**. Die **schlechten Beurteilungen sanken** dagegen **spürbar** von 14,1 auf 10,5 Prozent. Die **Branchenlage** beurteilten sogar nur noch 9,2 Prozent der Teilnehmer gegenüber 18,9% im Herbst zuvor, als **schlecht**. Deutlich **optimistischer** als im Herbst zuvor, wurden auch sowohl die **kurzfristigen Geschäftsaussichten**, als auch die **langfristigen Perspektiven** beurteilt.

In der Befragung der Handelsvertreter zum 37. Online-Vertriebsbarometer im **Juli 2023**, wurde die **aktuelle Geschäftslage** zwar immer noch von einem **bei weitem größeren Anteil** der Teilnehmer mit **gut oder sehr gut** als mit **schlecht** beurteilt, aber die **positiven Beurteilungen** waren gegenüber dem Frühjahr **rückläufig**, während der **Anteil negativer Beurteilungen wuchs**. Das gilt in deutlich **stärkerem Maße** für die Beurteilungen der jeweiligen **Branchenlage** und der **kurzfristigen und langfristigen Geschäftsaussichten**. Die langfristigen Perspektiven wurden dabei etwas weniger pessimistisch gesehen als die kurzfristigen Aussichten.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die **Anteile der sehr guten** (-4,4 %) und der **guten** (-1,2 %) **Beurteilungen** der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen **um 5,6 Prozentpunkte** gegenüber dem letzten Frühjahr auf jetzt insgesamt 42,4 Prozent **zurückgegangen**. Der **Anteil der schlechten Beurteilungen stieg** dagegen **spürbar von 10,5% auf 17,5%** der Teilnehmer.

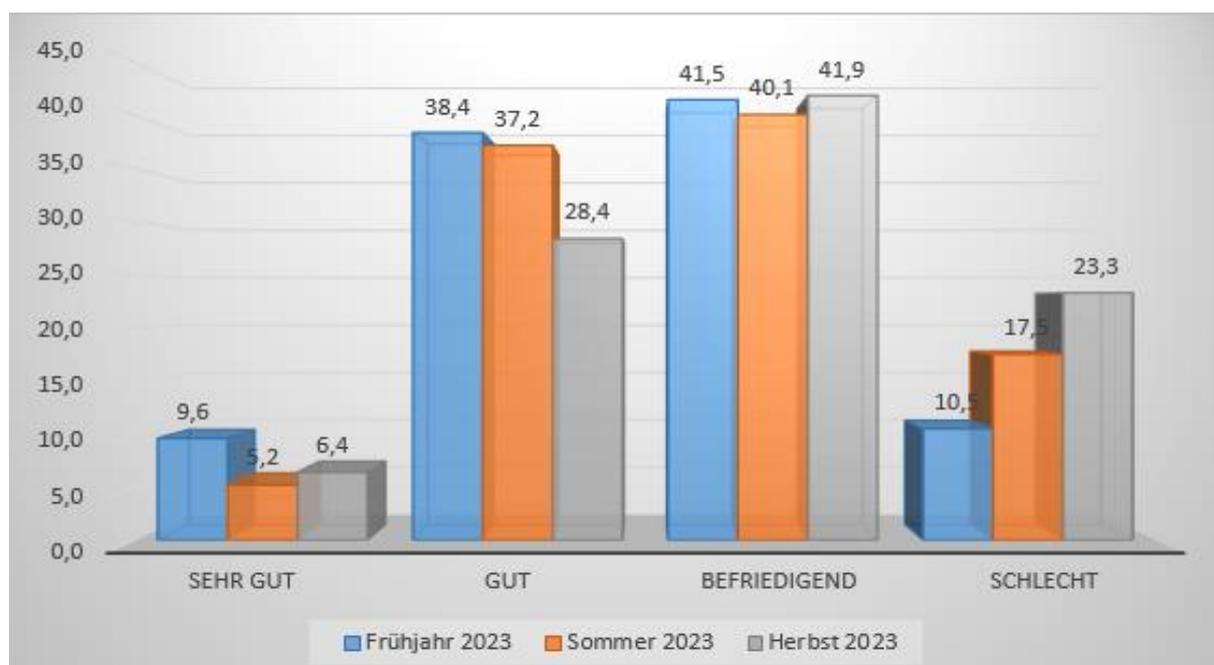
Die **Unterschiede** zwischen den **verschiedenen Branchen** waren bei allen Beurteilungen **sehr groß**. Und trotz des rückläufigen Gesamttrends gab es Branchen, in denen sich die aktuelle Situation gegenüber dem Frühjahr verbessert hat. Deutlich **überdurchschnittlich häufig gut und sehr gut** waren – auch gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der **aktuellen Geschäftslage** in den Branchen **Elektrotechnik und Zulieferindustrie (je 60%)**, **Maschinen** und **Industrieausrüstung**

(53,2%), Bauwesen (52,5%) und Nahrungs- und Genussmittel (45,5%), die zusammen fast 55,4% der Teilnehmer ausmachten.

Insgesamt etwa **durchschnittlich** oder nur relativ **leicht unterdurchschnittlich**, wurde die Geschäftslage von den Handelsvertretern für **Papier, Verpackung, Büro, Druck** mit 42,8% guter und sehr guter und in der **Bekleidungsbranche** mit 38,5% guter Bewertungen beurteilt, deren Lage sich damit gegenüber dem Frühjahr **aber deutlich verschlechtert** hat. Daran gemessen waren die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage **in allen anderen sechs Branchen und dem Sammelbereich „Andere“**, mit insgesamt knapp 34,6% der Teilnehmer, **schlechter als der Durchschnitt**.

Noch **deutlicher verschlechtert** hat sich gegenüber dem vorausgegangenen Frühjahr die Beurteilung der jeweiligen **Branchenlage** mit einem starken Anstieg der schlechten (+12,4% auf 21,6%) und einem noch kräftigeren Rückgang der (sehr) guten Einschätzungen (zusammen -14,9% auf 27,2%). Eine per Saldo geringfügig **bessere Einschätzung der Branchenlage** als im Frühjahr gab es **nur** in der **Textilerzeugnis-Branche** und bei der **Zulieferindustriebranche**. In allen anderen Branchen verringerten sich die Anteile der positiven und erhöhten sich die Anteile der negativen Beurteilungen, wenn auch in sehr unterschiedlichem Ausmaß.

In der Befragung der Handelsvertreter zum 38. Online-Vertriebsbarometer im **Oktober und November 2023**, wurde die **aktuelle Geschäftslage** zwar weiterhin einem deutlich **größeren Anteil der Teilnehmer mit gut oder sehr gut als mit schlecht** beurteilt, aber die **positiven Beurteilungen** waren gegenüber dem Sommer **erneut rückläufig**, während der **Anteil negativer Beurteilungen** wiederum **anstieg**. Das **gilt auch für** die Entwicklung der **Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage**, nur hinsichtlich der positiven Bewertungen in geringerem und hinsichtlich der negativen Beurteilungen in stärkerem Maße. Der Anteil der **schlechten Beurteilungen der Branchenlage übertraf** nun die der **guten und sehr guten deutlich**. Die **kurzfristigen und langfristigen Geschäftsaussichten** wurden ebenfalls **nochmals kritischer beurteilt** als im Sommer, wobei die langfristigen Perspektiven erneut etwas weniger pessimistisch gesehen wurden als die kurzfristigen Aussichten.



Entwicklung der Geschäftslage der Handelsvertretungen im Berichtszeitraum

Wie immer, waren die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen bei allen Beurteilungen sehr groß. Und trotz des rückläufigen Gesamttrends gab es **drei Branchen**, in denen sich die aktuelle **Situation** gegenüber dem Sommer 2023 **deutlich verbessert** hat. In der **Bekleidungs- und in der Sportartikelbranche** stieg der Anteil der guten Beurteilung der Geschäftslage um 8,6% bzw. 29,5% auf deutlich überdurchschnittliche 47,1% bzw. 54,5%, bei leicht auf 17,6% angestiegenem Anteil der schlechten Beurteilungen in der Bekleidungsbranche und deutlich rückläufigem Anteil von 18,6% negativer Beurteilung in der Sportartikelbranche. Ebenfalls **positiv** hat sich die **Geschäftslage** bei **Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren** entwickelt. Hier sank der Anteil negativer Lagebeurteilungen um 15,4% auf 7,7%. Das traf zwar auch auf den Teilnehmeranteil mit guter Geschäftslage zu, aber eine sehr gute Geschäftslage meldeten nun 23,1% der Befragten, nach 0,0% im Sommer, so viel wie in keiner anderen Branche.

Immer **noch überdurchschnittlich**, wenn auch weniger häufig gut und sehr gut waren die Beurteilungen der **aktuellen Geschäftslage** in den Branchen **Nahrungs- und Genussmittel (43,8%) Maschinen und Industrieausrüstung (43,6%), Elektrotechnik (42,8%), Zulieferindustrie (42%) und Bauwesen (38,5%)**. Daran gemessen waren die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in **allen anderen fünf Branchen und dem Sammelbereich „Andere“**, mit insgesamt gut 33,5% aller Teilnehmer, **schlechter als der Durchschnitt**. Aber **lediglich** unter den Teilnehmern für **Textilerzeugnisse, Schuhe und Lederwaren und in der Einrichtungsbranche übertraf** der Anteil der **schlechten Beurteilungen die der guten** bei weitem.



Ebenfalls **erneut verschlechtert** hat sich im **Herbst 2023** gegenüber dem Sommer die, verglichen mit der Geschäftslage deutlich kritischere Beurteilung der **jeweiligen Branchenlage** mit einem **starken Anstieg der schlechten** (+8,1% auf 29,7%) und einem etwas schwächeren Rückgang der (sehr) guten **Einschätzungen** (zusammen -4,8% auf 22,4%). Der Anteil der befriedigenden Beurteilungen nahm um -3,4% auf 47,9% ebenfalls ab. Eine per

Saldo **deutlich bessere Einschätzung der Branchenlage** als im Sommer gab es **nur in der Sportartikelbranche und bei GPK/Haushaltswaren**. In der Textilerzeugnis-Branche übertraf der Zuwachs guter Beurteilungen die der schlechten geringfügig und bei Papier, Verpackung, Büro, Druck war es umgekehrt, aber fast ausgeglichen. In allen anderen zehn Branchen verringerten sich die Anteile der positiven und erhöhten sich die Anteile der negativen Beurteilungen, wenn auch in sehr unterschiedlichem Ausmaß.

Die wichtigsten Ergebnisse aller CDH-Vertriebsbarometer sind auf unserer Internetseite <https://cdh.de/news-presse/vertriebsbarometer/> nachzulesen.

## ▲ Hauptversammlung und Herbstsitzung 2023 in besonderer Art



CDH-Präsidium, v.l., Fr. Stein, Hr. Pape, Hr. Döpfer, Hr. Goeldner, Fr. Otto und Hr. Stoffel

Die **Hauptversammlung der CDH** fand im Mai 2023 unter besonderen Vorzeichen statt. Bewusst war der Termin im Anschluss an den von der CDH ausgerichteten **Kongress der IUCAB** anlässlich deren **70-jährigen Jubiläums** gelegt worden. So hatten die **Teilnehmer der Hauptversammlung** die Gelegenheit, sich die beiden Tage zuvor mit ihren Kolleginnen und **Kollegen aus den anderen IUCAB Mitgliedsverbänden** auf internationaler Ebene auszutauschen. Dieser **besondere Anlass** wurde von zahlreichen Teilnehmern der CDH Hauptversammlung genutzt.

Unter diesen Rahmenbedingungen war es ebenfalls möglich, dass Christian Rebernick, der **Generalsekretär der IUCAB** und gleichzeitig der Geschäftsführer des österreichischen Bundesgremiums der Handelsagenten, **persönlich** über die **Aktivitäten der IUCAB** während der CDH Hauptversammlung berichtete. Er betonte dabei die **ausgezeichnete Zusammenarbeit** mit der CDH, die bei der **europäischen Lobbyarbeit** der Hauptunterstützer sei. Besondere Bedeutung hätten in den letzten Jahren die Verteidigung des sog. **Handelsvertreterprivilegs** in der überarbeiteten **Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung** und der Erhalt der **Handelsvertreterrichtlinie** gehabt.

Auch bei der **Herbstsitzung im Jahr 2023** zeigte die CDH besondere **Flexibilität** bei deren Ausrichtung. Die **Corona-Fallzahlen** waren Anfang November in Deutschland wieder sprunghaft angestiegen und ein **bundesweiter Bahn-Streik** war angekündigt. So wurde kurzfristig vom CDH Präsidium und der Hauptgeschäftsführung entschieden, das **Treffen auf ein hybrides Format** umzustellen. Etwa die Hälfte der Teilnehmer waren vor Ort in der Geschäftsstelle der CDH Mitte **persönlich anwesend**, die andere Hälfte nahm **via Webmeeting online** an der Herbstsitzung teil. So wurden nicht nur **Reisekosten und Reisezeiten**, sondern auch die **Auswirkungen** des tatsächlich am Vorabend der Herbstsitzung begonnenen **bundesweiten Bahnstreiks verringert**.



## ▲ Fusionen von CDH Landesverbänden



Zwei CDH-Landesverbände haben im Berichtszeitraum fusioniert. Der CDH Landesverband Baden-Württemberg und der CDH-Nordost, Wirtschaftsverband für Handelsvermittlung und Vertrieb schlossen sich zum CDH-Wirtschaftsverband für Vertrieb zusammen. Der Zusammenschluss wurde von den Mitgliedern und Delegierten der beiden CDH-Landesverbände mit dem Ziel beschlossen, Ressourcen zu bündeln, die Effizienz zu steigern und eine breitere Palette von Programmen und Dienstleistungen für eine größere Mitgliederbasis anzubieten. Die Fusion zielt allerdings ebenfalls darauf ab, Verwaltungskosten zu senken und eine zukunftsfähige, konsolidierte Organisationsstruktur aufzubauen. Davon sollen die Mitglieder profitieren, auch die verstärkte Arbeitsteilung innerhalb der Verbände kommt den Mitgliedern zugute. Eine Geschäftsstelle in Berlin-Brandenburg sowie eine zentrale Geschäftsstelle in Stuttgart bleiben erhalten. Darüber hinaus sind Beratungstage an verschiedenen Standorten geplant, so dass sich die Mitglieder wie gewohnt auch persönlich vor Ort ohne eine längere Anreise beraten lassen können.

## ▲ SMTP-Gruppe der CDH noch weitergehend etabliert

Bereits in der ersten Jahreshälfte des Jahres 2021 hatte sich auf Initiative der CDH ein sog. Social Media Treffpunkt (SMTP) gebildet, an welchem sich alle Mitarbeiter/-innen der CDH Organisation beteiligen und untereinander regelmäßig in gemeinsamen Webmeetings austauschen können, die sich im eigenen Landesverband mit Social Media befassen. Mittlerweile haben sich die Workshops und Vorträge der SMTP Gruppe weiter etabliert, die im Schnitt alle 6 bis 8 Wochen zu unterschiedlichen Themen stattfinden. Diese Treffen haben dazu beigetragen, dass die Online Aktivitäten und Interaktionen in den sozialen Netzwerken der CDH Mitarbeiter/-innen, insbesondere mit dem Fokus auf das Business Netzwerk LinkedIn, zu mehr Reichweite geführt haben.



Themen der gemeinsamen Webmeetings waren unter anderem „Wie poste ich erfolgreich (mit Canva) auf LinkedIn“, „Die Anwendung von KI's am Beispiel von ChatGPT im beruflichen Alltag“, „Wie entwickle ich den perfekten Prompt“ und „6 LinkedIn Strategien zur Rankingverbesserung“. Auch das Erstellen von kurzen Video-clips für das Ausspielen auf LinkedIn wurde gemeinsam geübt. Alle Arbeitsergebnisse werden den Teilnehmern in einer eigens auf LinkedIn eingerichteten geschlossenen Gruppe zur Verfügung gestellt. Dies gilt auch für die aufgezeichneten Webmeetings der Gruppentreffen selbst. Diese werden nach einer Bearbeitung in die geschlossene LinkedIn Gruppe hochgeladen, so dass auch ein verpasster Termin zu keinerlei Informationsdefizit führt. Auf diese Weise ist ebenfalls sichergestellt, dass alle Beteiligten der Treffen und Gruppenmitglieder fortlaufend auf sämtliche Materialien bei Bedarf zurückgreifen können. Außerdem können sich die Mitglieder der Gruppe jederzeit untereinander auf kurzem Wege austauschen.

## CORONA

### ▲ Abschließende Informationen der CDH-Mitglieder zu den Schlussabrechnungen zu den Corona-Hilfsprogrammen

Bleiben Sie aktuell und informiert zu den Corona-Soforthilfe-Programmen



Die Aufgabe der CDH in Bezug auf die Corona-Pandemie wandelte sich im Berichtsjahr dahingehend, die CDH-Wirtschaftsverbände und die CDH-Mitglieder über die **Kontrolle und Rückzahlung der Corona-Soforthilfe und die Fristen bzw. Fristverlängerungen zur Schlussabrechnung** der Corona-Hilfen für Unternehmen und Soloselbständige zu **informieren**. Dazu wurden vor allem die **CDH-Internetseite** unter dem Menu Punkt „[Infos Corona Hilfen](#)“ und **der CDH - Newsletter** genutzt.

## RECHT

### ▲ Für Bürokratieabbau und Wachstumschancen eingesetzt

Die CDH hat im Berichtszeitraum sowohl in die **Beratungen** für ein sogenanntes **Wachstumschancengesetzes** als auch für ein **Bürokratieentlastungsgesetz** – beides Gesetzgebungsvorhaben der Bundesregierung - **vertriebsrelevante Themen eingebracht**. Im Wachstumschancengesetz handelte es sich dabei zum einen um die **Erhöhung der Pauschalen für Verpflegungsmehraufwand** bei Geschäftsreisen im Inland, die zuletzt im Jahr 2019 erhöht worden waren. Im Gesetzentwurf vorgesehen war zunächst eine **Erhöhung der steuerlich absetzbaren Verpflegungspauschalen** bei Inlandsreisen von 28 auf 30 Euro pro Tag bzw. von 14 auf 15 Euro bei mehr als 8 Stunden Dauer Abwesenheit. Des Weiteren die **Erhöhung der Wertgrenze für Elektrofahrzeuge** für die **Pauschalversteuerung** von deren **geldwertem Vorteil** für die Privatnutzung mit **0,25 Prozent des Listenpreises**. Nur die zuletzt genannte Änderung blieb allerdings erhalten. Eine erhebliche Anzahl der im Wachstumschancengesetz enthaltenen Regelungen wurden letztlich in den **Beratungen des Vermittlungsausschusses** wieder **gestrichen**, da der Bundesrat dem Gesetzentwurf ansonsten nicht zugestimmt hätte. Eine überwiegende Anzahl von Bundesländern wollten die mit zahlreichen Änderungen verbundenen **Einnahmeausfälle für ihre Haushalte** nicht hinnehmen. Vom Inhalt des vom Bundesministerium der Justiz initiierten **Bürokratieentlastungsgesetzes** waren nahezu **alle Verbände enttäuscht**, da von den im Rahmen einer Verbändeumfrage vorgeschlagenen **Maßnahmen zur Bürokratieentlastung** für Unternehmer nur ein **kleiner Bruchteil enthalten** war und die damit die verbundene **Bürokratieentlastung sehr übersichtlich** erschien.

## ▲ Initiative pro AGB-Recht wieder verstärkt aktiv

Im November 2022 hatte sich die **Initiative pro AGB-Recht**, der die **CDH von Beginn an** angehört, bereits neu aufgestellt und sich aus diesem Grunde auch ins **Lobbyregister des Deutschen Bundestages** eintragen lassen. Hintergrund sind die fortlaufenden **Bestrebungen, das AGB-Recht im**



**B2B Bereich aufzuweichen.** Hieraus erwächst aus Sicht der beteiligten Verbände die nicht zu unterschätzende **Gefahr, dass gerade kleinere Unternehmen und alleine tätige Selbstständige** in Zukunft **benachteiligt** werden. Im **Berichtszeitraum** gaben gleich mehrere Gesetzgebungsverfahren der Initiative den Anlass, wieder **verstärkt aktiv** zu werden. Zum einen handelte es sich dabei um das sogenannte **Zukunftsfinanzierungsgesetz**, mit welchem eine **Bereichsausnahme** im AGB-Recht für Verträge im **Finanzdienstleistungsbereich** für Finanzdienstleistungsunternehmen eingeführt worden ist, die unter

der **Aufsicht der BaFin** stehen. Zum anderen wurden im Rahmen der Anhörung zu einem **Justizstandort-Stärkungsgesetzes**, mit welchem sogenannte **Commercial Courts** - spezielle Spruchkörper für große zivilrechtliche Wirtschaftsstreitigkeiten - eingeführt werden sollen, mehrfach Forderungen gestellt, eine **weniger starre AGB-Kontrolle** sei erforderlich und im Zuge dessen gleichfalls umzusetzen. Diese Behauptung, die **Erfolgchancen** von „Commercial Courts“ hingen von einer **weniger starren AGB-Kontrolle** ab, wies die Initiative als weder schlüssig noch belegbar bei **vielen Gesprächen mit Entscheidungsträgern** aus allen Regierungsparteien zurück. Mehr dazu finden Sie [hier](#).

Die **Initiative pro AGB-Recht** besteht derzeit aus rund **40 Verbänden** aller wichtigen deutschen Berufs- und Wirtschaftsbranchen. Gemeinsam mit diesen Verbänden setzt sich die **CDH seit über 10 Jahren** dafür ein, den **wesentlichen Standortvorteil Deutschlands** auch künftig zu sichern – faire Verträge im berechtigten Interesse aller beteiligten Vertragspartner. Das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (**AGB**) fördert seit Jahrzehnten **Gerechtigkeit und Rechtsfrieden** im unternehmerischen Geschäftsverkehr und hat sich bewährt. Es **verhindert unfaire Vertragsbedingungen** und **schützt vor einseitigen, unangemessenen Benachteiligungen und Risikoübertragungen**. Die Vertragspartner können auf klare Kriterien für die rechtssichere Gestaltung ihrer Verträge auch mit AGB zurückgreifen. Für die von der Initiative pro AGB-Recht vertretenen deutschen Wirtschaftsteilnehmer ist diese **Planungs- und Rechtssicherheit** von **grundlegender Bedeutung**.

Das **AGB-Recht für Verträge zwischen Unternehmern** ist mit seinen bewährten Regeln auch künftigen Herausforderungen gewachsen. Es sorgt sowohl bei etablierten als auch bei neuartigen Geschäftsmodellen für einen **angemessenen Interessenausgleich** entlang der gesamten **Liefer- und Leistungskette**. Geschäftsmodelle, deren wirtschaftlicher Erfolg davon abhängt, **Risiken** einseitig auf den in der Regel **kleinen oder mittelständischen Vertragspartner** zu übertragen, sind **weder innovativ noch schutzwürdig**. Hieran ändern weder geopolitische noch technische Entwicklungen etwas. Insbesondere angesichts zunehmender Automatisierung ist ein **wirksamer Schutz vor unangemessenen Risikoübertragungen besonders wichtig**, damit nicht alle Risiken automatisch auf den Schultern derjenigen landen, die diese Risiken am wenigsten beherrschen oder tragen können.

Das **AGB-Recht bewahrt und schützt zudem die Vertragsfreiheit**. Sie setzt voraus, dass sich die Vertragspartner auf Augenhöhe begegnen. Wer aufgrund seiner Marktposition nicht in der Lage ist, die Vertragsbedingungen des Vertragspartners abzulehnen, verhandelt nicht und verhandelt vor allem nicht frei. Um auch in diesen Fällen die **erforderliche Augenhöhe** herzustellen, bedarf es des AGB-Rechts. Davon abgesehen kann jeder **gesetzlich zulässige Vertragsinhalt individuell vereinbart** werden. Das **AGB-Recht schränkt diese Freiheit nicht ein**.



Die derzeitigen Mitgliedsverbände der Initiative pro AGB-Recht.

Die **Initiative pro AGB-Recht warnt** eindringlich davor, die **Klarheit und Sicherheit des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen** sowie den damit verbundenen **Fairness-Schutz** als wesentlichen **Standortvorteil Deutschlands** ohne Not leichtfertig aufs Spiel zu setzen.

Eine vollständige **Beschreibung der Initiative** mit Hintergründen und Informationen zu allen beteiligten **Verbänden** finden Sie unter <http://www.pro-agb-recht.de/>.

### ▲ **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 auch im vergangenen Berichtsjahr wiederholt 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**), der Bundesverband Deutscher Versicherungs-kaufleute e.V. (**BVK**), der Mittelstandsverbund (**ZGV**), der Bundesverband Groß- und Außenhandel (**BGA**), der **Votum Verband** (Verband unabhängiger Finanzdienstleister) sowie der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e.V. (**DIHK**) an. **Ziel** des Arbeitskreises ist der **gegenseitige Austausch** etwa über **Gesetzesvorhaben** und weiteren **Entwicklungen**, die die Interessen der Mitglieder berühren. Wo es erforderlich ist, werden gemeinsame Maßnahmen ergriffen, um die **Mitgliederinteressen durchzusetzen**.



Die Mitglieder des Arbeitskreises „Selbständige im Vertrieb“

### ▲ 13. Symposium der Deutschen Gesellschaft für Vertriebsrecht



v.L.: Eckhard Döpfer (CDH), Jan Schmelzle (DFV), Philipp Krupke (CDH NOW!)

Am 4. und 5. Mai 2023 fand das **13. Symposium** über aktuelle Fragen des Vertriebsrechts und Internationalen Handelsrechts der Deutschen Gesellschaft für Vertriebsrecht e.V. statt. Der Verein war im März 2009 zu dem Zweck gegründet worden, die Entwicklung des **deutschen und internationalen Vertriebsrechts** im Interesse der Wissenschaft, der Praktiker und aller sonstigen vom Vertriebsrecht berührten Kreise zu fördern. Dieses geschieht bislang insbesondere durch **wissenschaftliche**

**Veranstaltungen und Vorträge** und durch die Förderung des Meinungsaustausches von Wissenschaftlern und **Praktikern des Vertriebsrechts im In- und Ausland**. Aus diesem Grunde findet einmal jährlich ein Symposium in Leipzig statt. Daran nahmen neben Teilnehmern von anderen Verbänden, zahlreiche in Deutschland **auf Vertriebsrecht spezialisierte Rechtsanwälte** und ebenfalls **Rechtsanwälte der CDH-Organisation** teil, um sich fortzubilden.

Zahlreiche Vorträge wurden u.a. zur neuen **Vertikal-GVO**, der neuesten **Rechtsprechung zum Vertriebsrecht**, den Besonderheiten des **niederländischen Vertriebsrechts**, zum **Lieferkettensorgfaltpflichtengesetz und Compliance** im Vertrieb und zum **Investitionskostenersatzanspruch für Absatzmittler** gehalten. Auch der **Geheimnisschutz bei Vertriebsverträgen** mit Handelsvertretern und Vertragshändlern war ein viel beachtetes Thema. Die CDH war aktiv in die Veranstaltung eingebunden. Eckhard Döpfer, Hauptgeschäftsführer der CDH, nahm an der Veranstaltung teil sowie zahlreiche andere Hauptgeschäftsführer und Geschäftsführer/-innen der CDH-Landesverbände.

## INTERNATIONALES

### ▲ IUCAB – Kongress anlässlich des 70-jährigen Jubiläums

Am 19. Mai 2023 hat im Verbändehaus der CDH in Berlin der **internationale Kongress der IUCAB**, der Interessenvertretung aller B2B Handelsvertreter auf europäischer und internationaler Ebene, stattgefunden.

Anlässlich ihres **70-jährigen Jubiläums** veranstaltete die IUCAB einen Kongress unter dem Motto **„Kulturen vereinen - Unternehmen miteinander verbinden!“**, deren Ausrichtung die CDH wunschgemäß gerne übernommen hatte. Die Veranstaltung wurde vom Präsidenten der IUCAB, **Olivier Mazoyer**, eröffnet, der einen kurzen historischen Rückblick über die Entwicklung der IUCAB gab.

Ergänzend schilderte Generalsekretär **Christian Rebernig**, die wirtschaftliche Bedeutung der Handelsvertretungen und die größten Erfolge der IUCAB bei der Interessenvertretung auf internationaler Ebene.

**Prof. Trond Bergestuen** von der **Universität von Wisconsin (USA)** präsentierte im Anschluss die Ergebnisse seiner **multinationalen Studie** über die Beziehungen **zwischen Handelsvertretern** und den von ihnen **vertretenen Unternehmen**. Dabei verglich er sowohl die USA mit Gesamteuropa als auch die Ergebnisse der einzelnen Länder, aus denen sich Handelsvertreter an der Studie beteiligt hatten. **Bastian Geyer** von der Agentur für Wirtschaft und Entwicklung stellte die wirtschaftlichen **Chancen einer Zusammenarbeit** mit Unternehmen in **Entwicklungsländern** dar und sensibilisierte die Teilnehmer ebenfalls in Bezug auf die Anforderungen des **Lieferkettensorgfaltpflichtengesetzes**.

#### Steckbrief IUCAB



- IUCAB = Internationally United Commercial Agents and Brokers
- Existiert seit 1953
- Präsident Olivier Mazoyer, Frankreich
- Ralf Scholz (CDH Landesverband Köln Bonn Aachen) einer der sechs Vize-Präsidenten
- 18 Verbände aus Europa und Amerika
- Interessenvertretung der Handelsvertreter auf europäischer und internationaler Ebene
- Regelmäßiger Austausch zw. Geschäftsführern (Secretarial Working Group) und Juristen der Mitgliedsverbände (Legal Working Group)
- Einmal jährlich Jahreshauptversammlung

**Tim Cortinovis**, der ebenfalls als Moderator des Kongresses fungierte, behandelte in seinem anschließendem **Impulsvortrag** die Herausforderungen und zugleich **Chancen** der voranschreitenden **Digitalisierung** für den **Vertrieb**. Anschließend teilten sich die Teilnehmer des Kongresses in drei parallele **Workshops** auf, in denen einzelne Aspekte der Digitalisierung beleuchtet wurden. **Dirk Ziems** vom Marktforschungsunternehmen „concept m“ zeigte in seinem Vortrag unter dem Thema „**Globaler Wandel** durch verschiedene **Krisen**“, die Auswirkungen der Mehrfachkrisen auf das Lebensgefühl und die Verbraucherstimmung sowie die Verschiebung der Werte des Lebensstils und deren Auswirkungen auf verschiedene Verbrauchssektoren. Hieraus leitete er Chancen für Handelsvertretungen mit unterschiedlichen Ansätzen ab.

**Charles Cohon**, von der **MANA** – dem US-amerikanischen Mitgliedsverband der IUCAB, stellte den Teilnehmern die Instrumente vor, die er in den USA einsetzt, um Herstellern zu erklären, warum der **beste Weg** zur **Steigerung ihrer Umsätze** darin besteht, ihre **Handelsvertreter** gut zu behandeln. **Olga Froestl** von **LinkedIN** zeigte die großen Chancen für Vertriebsunternehmen, ihr



Die Teilnehmer des IUCAB Kongresses in Berlin.

Geschäft durch das Verständnis von **Social Selling** auszubauen und hierfür insbesondere die auf LinkedIn verfügbaren umfangreichen **Daten** von potentiellen **Geschäftspartnern** zu nutzen. Eine abschließende Podiumsdiskussion zum Thema, wo führt die Reise hin für den **persönlichen Verkauf**, rundeten die Veranstaltung ab.

### ▲ Treffen der Arbeitsgruppe Recht der IUCAB

Am 15. März 2024 traf sich die **Legal Working Group**, die Arbeitsgruppe der Juristen der **IUCAB**-Mitgliedsverbände in London. Die **CDH** wurde von Marta Zelewska per Online-Schaltung vertreten. Ein großes Thema war die Frage, wie Fälle rechtlich zu behandeln sind, in denen ein **Handelsvertreter** für denselben Hersteller als **Eigenhändler** agiert. Während sich alle Juristen einig sind, dass

es sich hierbei um zwei unterschiedliche Verträge handelt, sind die Folgen (für den Eigenhändlervertrag) unterschiedlich. Nach deutschem und spanischem Recht etwa, kann der **Eigenhändler** unter bestimmten Bedingungen einen **Ausgleichsanspruch** haben, in den anderen vertretenen Ländern nicht. Neben weiteren Diskussionen zu den Themen **Wettbewerbsverbot** des Handelsvertreters und **Mindestumsatzvereinbarungen**, ging es um das Schicksal des noch geltenden (auf der **EU-Handelsvertreterrichtlinie** basierenden) britischen Handelsvertreterrechts infolge des **Brexits**.

### ▲ Geschäftsführer-Treffen der IUCAB-Mitgliedsverbände persönlich und digital



Am Freitag, dem 26. Januar 2024, hat die **Secretarial Working Group (SWG)** – die **Arbeitsgruppe der Hauptgeschäftsführerinnen und Hauptgeschäftsführer der IUCAB Mitgliedsverbände** - ihr jährliches persönliches Treffen auf Einladung des **britischen Handelsvertreterverbandes MAA** in London abgehalten. Freundlicher Gastgeber war Matthew Tickle, der dortige Geschäftsführer.

Neben dem **IUCAB Präsidenten Olivier Mazoyer** nahmen an dem diesjährigen Arbeitstreffen **die nationalen Geschäftsführer/-innen** der Mitgliedsverbände aus Großbritannien und Irland, des französischen Mitgliedsverbandes

APAC, Österreichs, Italiens, Finnlands und Norwegen sowie der **IUCAB-Generalsekretär Christian Rebernig** aus Wien teil.

Die Teilnehmer tauschten sich über die aktuellen **Entwicklungen und Aktivitäten** in Bezug auf **Handelsvertretungen in Europa** aus. Anschließend stellte Rebernig den **Relaunch der Webseiten** der IUCAB und die Verbesserungen bei der **Suchmaschinenoptimierung** sowie ein neues Projekt vor, welches sich ausschließlich auf den Beruf des Handelsvertreters konzentrieren soll. Es handelt sich um das **Erasmus+ Projekt LUCA** "Leveling up Commercial Agents Competences: Technologisierung und Internationalisierung von europäischen Handelsvertretern", welches von einer **österreichischen, italienischen und französischen Universität** unterstützt wird. Die Bewerbung für das Projekt war von **Erasmus** bereits im Herbst 2023 angenommen worden. Das Projekt wird also **mit EU-Mitteln gefördert** werden. In den nächsten zwei Jahren sollen mit den am Projekt beteiligten Universitäten Ausbildungskonzepte und Inhalte für Handelsvertreter entwickelt werden, um deren Professionalität im Bereich der **Internationalisierung und Technologisierung** sowie der „**Inside Sales**“ **Aktivitäten** zu stärken. Nach einer ca. 2 Jahre dauernden Entwicklungsphase soll eine Schulung als **Online-Schulungstool** angeboten werden können, die allen **IUCAB-Mitgliedern** zur Verfügung gestellt werden kann. Die **Vision der**



Internationalisierung und Technologisierung sowie der „Inside Sales“ Aktivitäten zu stärken. Nach einer ca. 2 Jahre dauernden Entwicklungsphase soll eine Schulung als Online-Schulungstool angeboten werden können, die allen IUCAB-Mitgliedern zur Verfügung gestellt werden kann. Die Vision der

IUCAB ist es, nach dem erfolgreichen **Abschluss des Erasmus-Projekts**, ein **Zertifizierungssystem** ("zertifizierter Handelsvertreter") anbieten zu können, das den Handelsvertretern über ein Online-Tool zur Verfügung gestellt werden kann.

Darüber hinaus wurde über das **IUCAB Schulungsprogramm** und den auch in diesem Jahr zu verleihenden **George Hayward Award** berichtet. Rebernig rief alle Teilnehmer dazu auf, geeignete Kandidaten für diesen Preis bis Mitte März vorzuschlagen. Den **wertvollen Erfahrungsaustausch** wollen die Teilnehmer im kommenden Jahr fortsetzen. Das nächste persönliche Treffen der SWG soll im Januar 2025 in **Barcelona** stattfinden.

Am 12. April 2024 hat ein **weiteres Treffen der SWG** - allerdings als online Meeting - stattgefunden. Diese **Art des Austausches** soll künftig neben den persönlichen Treffen im Januar voraussichtlich **zwei Mal im Jahr** - im Frühjahr und Spätherbst - stattfinden.



Die Teilnehmer des virtuellen Geschäftsführertreffens der IUCAB-Mitgliedsverbände

Hauptthema war das **LUCA Projekt** "Leveling up Commercial Agents Competences" und die von den Mitgliedsverbänden insoweit **erforderliche Unterstützung**. Die mit dem Projekt befassten Professoren hatten zwischenzeitlich in Zusammenarbeit mit der IUCAB **zwei Online-Umfragen** entwickelt, deren Ergebnisse entscheidend für die Entwicklung eines maßgeschneiderten Online-Schulungs- und Zertifizierungsprogramms sein werden, welches sich auch tatsächlich an den aktuellen Bedürfnissen der Handelsvertreter orientieren soll. Die **IUCAB Mitgliedsverbände** sind nunmehr aufgerufen, möglichst viele ihrer **Mitglieder zur Teilnahme** an der online Umfrage zu **bewegen**. Im ersten Online-Fragebogen wird gefragt, "wie wichtig **bestimmte Tätigkeiten und Aufgaben** sind, um im Geschäft erfolgreich zu sein, und **wie gut** die Handelsvertreter **diese Tätigkeiten aktuell ausführen** können". Ein zweiter Online-Fragebogen wird ein paar Wochen später verschickt, deren Fragen sich auf die **Auswirkungen der Digitalisierung** und der **Zusammenarbeit mit den vertretenen Unternehmen** beziehen werden. Neben dem **weiteren Ablauf** wurde unter den Teilnehmern auch der **Inhalt der beiden Online-Umfragen** besprochen.

## ▲ Stellungnahme zum Vorschlag der EU-Kommission für eine Verordnung zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr



Die **EU-Kommission** hat im Herbst 2023 einen **Verordnungsvorschlag** erarbeitet, womit EU-weit dem **Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr** entgegengewirkt werden soll (Vorschlag der EU-Kommission für eine Verordnung zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr (Neufassung der Richtlinie 2011/7/EU zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr)). Die Verordnung soll die bisher geltende **Richtlinie ersetzen** und die **Regelungen**

zum **Zahlungsverzug verschärfen**. Die **CDH** hat in ihrer **Stellungnahme** den Kommissionsvorschlag grundsätzlich **begrüßt**, da auch Handelsvermittlungen wie andere Unternehmen negativ vom Zahlungsverzug betroffen sein können. Eine Verpflichtung zur Einrichtung von Durchsetzungsbehörden und die Förderung von alternativen Streitbeilegungsmechanismen **lehnt die CDH jedoch ab**, da dies einen unnötigen **bürokratischen Aufwand** zur Folge hat und das Rechtssystem in Deutschland in solchen Fällen ausreichende Konfliktlösungsmöglichkeiten bietet.

## ▲ EU Ministerrat verabschiedet Kompromissvorschlag zur Plattformarbeit



Nach mehr als **zwei Jahren dauernden Verhandlungen** haben die EU-Arbeitsminister die Richtlinie zur Verbesserung der **Arbeitsbedingung in der Plattformarbeit** in der Fassung eines weiteren **Kompromissvorschlages** der belgischen Ratspräsidentschaft am 12. März 2024 endgültig verabschiedet. Bereits Anfang des Jahres 2022 hatte sich die **CDH gemeinsam mit dem BDD gegen den Richtlinienentwurf der EU-Kommission zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit ausgesprochen**.

Der Berichtsentwurf des **EU-Parlaments** hatte diese Kritik sogar noch verstärkt. Das gemeinsame Positionspapier wurde insoweit fortgeschrieben und die Verbände **BVK, VOTUM und VdPB hatten sich diesem im Nachgang sogar noch angeschlossen**.

Im **EU-Ministerrat der Arbeitsministerinnen und -minister** hat es förmlich in **letzter Minute** eine Einigung zum Inhalt einer Richtlinie zu einer Verbesserung der **Arbeitsbedingungen von Plattformarbeitenden** gegeben, nachdem zuvor der im **Trilog-Verfahren** ausgehandelte Kompromissvorschlag bei der **Abstimmung der ständigen Vertreter** noch **keine Mehrheit** gefunden hatte. Hintergrund der nun doch gefundenen Einigung ist gewesen, dass es die bislang vorgesehenen **EU-weit geltenden Kriterien** für eine **Vermutung von Scheinselbstständigkeit** nicht geben wird. Der zuletzt von der **belgischen Ratspräsidentschaft** vorgeschlagene **Kompromiss** überlässt es den **Mitgliedstaaten**, die Kriterien selbst zu bestimmen, auf der eine gesetzliche **Vermutung für einen Arbeitnehmerstatus** im Einklang mit der nationalen Gesetzgebung und Rechtsprechung beruhen sollen. Dies soll den **Mitgliedstaaten die Flexibilität** geben, ihre eigenen Rahmenbedingungen zu schaffen. Die **Beweislast zur Darlegung**, dass bei **Vorliegen der Kriterien**, doch kein **Arbeitsverhältnis bei Plattformarbeitenden** besteht, liegt in Zukunft bei den Plattformbetreibern.

Die CDH hatte zu **Beginn der Beratungsverfahren in Brüssel** kritisiert, dass der im Richtlinienentwurf definierte **Plattformbegriff viel zu weit gefasst** sei und die enthaltene **Vermutungsregelung mit vorgegebenen Kriterien als EU-rechtliche Vorgabe ungeeignet** bzw. sogar schädlich ist. Insbesondere bestand aus Sicht der CDH die Gefahr, dass auch **Handelsvertreter** den Regelungen der Plattformarbeit unterfallen könnten, die über das **CRM-System** ihrer vertretenen Unternehmen in die Vertriebsorganisation eingebunden sind. In vielfältigster Weise hatte sich die CDH – auch gemeinsam mit anderen Verbänden – **in die Beratungen in Brüssel** und ebenfalls in Berlin **bei der Bundesregierung** eingebracht und immer wieder auf diese Gefahren hingewiesen. Wiederholt – auch zuletzt – wurde der CDH gegenüber **versichert**, dass **Handelsvertreter nicht unter den Anwendungsbereich** dieser Richtlinie fallen sollen. Diese Aussage wird die CDH bei der künftigen Umsetzung in deutsches Recht zu gegebener Zeit vortragen.

Die letzten Schritte für das **Inkrafttreten der Richtlinie** sind nun noch die formale Annahme durch das Europäische Parlament, gefolgt von der **Umsetzung in nationales Recht** durch die Mitgliedstaaten innerhalb von zwei Jahren. Die EU-Kommission hat zudem bereits eine Evaluierung der **Auswirkungen der Richtlinie nach fünf Jahren** vorgesehen, die sicherstellen soll, dass die Richtlinie effektiv umgesetzt wird und **gegebenenfalls Anpassungen** vorgenommen werden können.

Das umfangreiche **Positionspapier** finden Sie [hier](#). Den von der EU-Kommission am 9. Dezember 2021 bereits veröffentlichten Vorschlag für eine Richtlinie zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in der Plattformarbeit finden Sie [hier](#).

## VERKEHR

### ▲ Informationen über Fördermaßnahmen für Elektromobilität



Verkehrspolitisches Betätigungsfeld der CDH war im Berichtsjahr die **Information der Mitglieder** über die **Fördermaßnahmen** zur Elektromobilität. Zunächst zur Anschaffung von **Fahrzeugen mit Elektro- und Plug-In-Hybridantrieb**. Entgegen der ursprünglichen Planungen konnte zudem erreicht werden, dass die reduzierte **Förderung** auch für **gewerblich genutzte Elektrofahrzeuge** noch **bis zum 30. August 2023 verlängert** wurde.

Außerdem wurden die CDH-Mitglieder über zwei neue Programme zur **Förderung von Ladestationen** für Elektrofahrzeuge informiert. Mit einem Programm wird der **Aufbau von Schnellladeinfrastruktur** inklusive eines **Netzanschlusses** für den Betrieb von **gewerblich genutzten Pkw und Lkw** in **privaten Unternehmen** finanziell gefördert. Das andere Programm unterstützt die Eigenstromversorgung beim Laden in **privaten Wohngebäuden** durch die kombinierte **Förderung von Ladestation, Photovoltaikanlage und Speicher**.

## ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### ▲ Austausch mit der Bundesregierung im Gemeinschaftsausschuss

Am 15. Januar 2024 trafen sich die im **Gemeinschaftsausschuss der deutschen Wirtschaft** zusammengeschlossenen **19 führenden Verbände der gewerblichen Wirtschaft**, darunter auch die **CDH**, verbunden mit einer anschließenden Aussprache mit der Bundesregierung unter Leitung von **Bundesminister für Wirtschaft und Klimaschutz Dr. Robert Habeck**. Für die CDH nahm **Hauptgeschäftsführer Eckhard Döpfer** teil.

Zu Beginn des Dialoges und der **Betonung der Wichtigkeit dieses Treffens** noch vor der Veröffentlichung des Jahreswirtschaftsberichtes umriss **Bundesminister Habeck** die aus Sicht seines Hauses derzeit bestehende **wirtschaftliche Lage**. Diese sei und werde maßgeblich bestimmt von der geopolitischen Lage - angefangen von den weiteren **Auswirkungen des Ukraine Krieges** bis hin zur derzeit bestehenden **wirtschaftlichen Lage in China**. Sein Haus arbeite mit voller Kraft daran, die **Rahmenbedingungen für deutsche Unternehmen** zu verbessern. In dieser Hinsicht setze er sich derzeit verstärkt dafür ein, die bestehenden Berichtspflichten nach dem **Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz** (LKSG) solange **auszusetzen**, bis die in Brüssel derzeit im **Trilogverfahren** befindliche **europäische Richtlinie** zum gleichen Thema **endgültig verabschiedet** sei.



Regierungsbank v.l.: Staatssekretärin Lilian Tschan (BMAS), Dr. Robert Habeck (BMWK), Dr. Elga Bartsch (BMWK), Staatssekretär Dr. Wolf Heinrich Reuter (BMF)

DIHK Präsident Peter Adrian, der derzeit den **Vorsitz im Gemeinschaftsausschuss** führt, bewertete die aktuelle Lage aus Sicht der **Kammerorganisation** ausdrücklich als schlecht. Derzeit seien **keine positiven Aspekte** erkennbar. Insbesondere fünf Themen belasteten die deutsche Wirtschaft, die eine positive Entwicklung erheblich erschwere. Zu hohe **Energiekosten**, der immer größer werdende **Fachkräftemangel**, eine **marode Infrastruktur**, **Bürokratie** und zu **lange Planverfahren** so-

wie ein **schlechtes Ranking innerhalb der EU** in Bezug auf Steuern und Abgaben.

Jörg Dittrich, ZDH-Präsident, betonte ebenfalls die **im Handwerk bestehende schwierige Lage** und forderte eine **Bildungswende**. Die Betriebe seien nicht in der Lage, die **tiefgehenden Versäumnisse der schulischen Ausbildung** aufzufangen. Eine ausreichende schulische Bildung sei Voraussetzung für **die Ausbildungsfähigkeit in den Handwerksbetrieben**. Hier bestehe ein dringender Handlungsbedarf. Auch rief er die Bundesregierung dazu auf, die bereits **bestehende Baukrise abzuwenden**.

BDA-Präsident Rainer Dulger stellte den derzeitigen **Mangel an Arbeits- und insbesondere Fachkräften** in den Vordergrund. 1,7 Millionen Stellen seien derzeit unbesetzt. Die **Rente mit 63** könne sich **Deutschland einfach nicht mehr leisten**. Auch die **Teilzeitarbeit** dürfe vor diesem Hintergrund

nicht mehr gefördert, sondern müsse **eher begrenzt werden**. Um qualitativ hochwertige Arbeitskräfte für eine **Einwanderung nach Deutschland** zu gewinnen, müsse zudem eine **Willkommenskultur** geschaffen werden, die derzeit wirklich nicht bestehe.

BDI-Präsident Prof. Siegfried Russwurm unterstrich, dass sich die **Industrie** immer noch hinter dem **Stand von vor Corona** bewege. Auch warnte er davor, die **Abwanderung von Industrie** zu unterschätzen. Die **auf tretenden Netzwerkeffekte** würden offenbar nicht erkannt. Denn auch die **Zulieferfirmen** für die **abgewanderten Industrieunternehmen** bekämen massive Schwierigkeiten.

Seitens des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) dankte Staatssekretärin Lilian Tschan zunächst für die zuvor ausgesprochenen vielfältigen **Hinweise auf den immer größeren Fachkräftemangel**. Neben **Verbesserungen beim Zuwanderungsrecht** im Hinblick auf eine bessere und einfachere **Anerkennung von Qualifikationen** und Arbeitserfahrungen, wolle sich das BMAS in diesem Jahr auch um die **inländischen Potentiale** kümmern. Die **hohe Teilzeitquote bei Frauen** und **Anreize für längeres Arbeiten** würden in den **Fokus** genommen.

Der gerade erst im Bundesfinanzministerium ernannte Staatssekretär Dr. Wolf Heinrich Reuter wies darauf hin, dass sich Deutschland nach mehreren Krisenjahren auf dem **Weg in die finanzpolitische Normalität** befände. Daher erachte sein Haus es derzeit für besser, die richtigen **fiskalpolitischen Rahmenbedingungen** zu setzen als **weitere Subventionen** zu gewähren. Aus den vielfältigen Schilderungen der wirtschaftlichen Lage der einzelnen Wirtschaftsbereiche nehme er allerdings mit, dass es wohl doch **finanzpolitischer Impulse** bedürfe.

Zum Abschluss des zweistündigen Austausches sprach Bundesminister Habeck den Wunsch nach einem **Stimmungsumschwung** aus. Die **Bundesregierung** wolle hierzu gerne ihren **Beitrag leisten**.

## ▲ Positionen der CDH zur Europawahl



Als **Interessenvertreterin** von selbständigen Vertriebsunternehmen – insbesondere **Handelsvertretern auf der Großhandelsstufe** über alle Branchen hinweg – hat die CDH **Erwartungen und Forderungen an die europäische Politik** gerichtet. Die CDH hat zur Wahl am 9. Juni 2024 ihre **Standpunkte aus Sicht der Vertriebsunternehmer** zusammengefasst und die **folgenden Forderungen** gestellt:

### Position I

#### **Bürokratieabbau ernstnehmen – KMU entlasten und Berichtspflichten reduzieren.**

Die **Vermeidung unnötiger Bürokratie** ist ein wichtiges Anliegen für Vertriebsunternehmen. Denn insbesondere KMU – kleine und mittlere Unternehmen – sind von **überbordenden Berichts- und Dokumentationspflichten** betroffen. Das im September 2023 von der EU-Kommission vorgestellte

**KMU-Entlastungspaket** ist zwar ein erster richtiger Schritt in Richtung **Bürokratieabbau**. Die Bemühungen werden jedoch konterkariert, weil Vertriebsunternehmen kontinuierlich weitere **zeit- und kostenintensive Pflichten** auferlegt werden. Handelsvertreter müssen bereits zahlreiche Regelungen, wie unter anderem etwa zum **Datenschutz oder zur A1-Bescheinigung** beachten. Die im März 2024 verabschiedete **EU-Lieferkettenrichtlinie** und die **Richtlinie zur Plattformarbeit**, um nur zwei Beispiele zu nennen, werden Vertriebsunternehmen noch mehr Pflichten auferlegen. Die CDH fordert weitere Entlastungen für Unternehmen, insbesondere für KMU, damit diese sich ihrem **Kerngeschäft widmen können** anstatt **unverhältnismäßig** viel Zeit und Geld in die **Erfüllung bürokratischer Pflichten** zu investieren, die sie außerdem gegenüber Akteuren aus Nicht-EU-Staaten benachteiligen.

## Position II

**Das Subsidiaritätsprinzip muss als Richtschnur politischen Handelns gelten. Ein Europa der Vielfalt und der nationalen Identität muss erhalten bleiben.**



Der in den letzten Jahren zunehmende Bürokratismus darf nicht dazu führen, dass diese **Vielfalt zugunsten von Gleichmacherei** beschnitten wird. Zum Teil unnötige **Harmonisierungsbestrebungen** haben vielfach **zu mehr Bürokratismus** geführt, der vor allem kleine und mittlere Betriebe belastet. Auch bei Verbrauchern haben viele von der EU initiierte Maßnahmen zu Unmut und Unverständnis geführt. Das **Prinzip der Subsidiarität** darf keine Leerformel werden, die **Autonomie von Entscheidungen auf nationaler Ebene** darf nicht angetastet werden. Gemeinsames Handeln muss sich im Rahmen der in den Verträgen festgelegten Bestimmungen bewegen.

Dies ist aus der Sicht der CDH ein wichtiger Beitrag, das **Vertrauen in die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion** zu stärken.

## Position III

**Eine leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur muss die Mobilität in Europa sichern.**

Die zunehmende **internationale Verflechtung** bedingt auch einen reibungslosen **grenzüberschreitender Warenverkehr**. Der **Verkehr darf nicht zum Bremsklotz** für die Wirtschaft und die weitere Integration werden. Eine **zukunftsorientierte europäische Verkehrswegeplanung** für den Straßen-, Schienen- und Wasserverkehr muss von den **EU-Staaten gemeinsam** konzipiert werden. Die **notwendigen Mittel** müssen bereitgestellt werden, wobei auch **Spielraum für private Investitionen** bleiben sollte. **Deutschland** als Land in der Mitte Europas und **als Transitland** wird dabei vor **besondere Herausforderungen** gestellt.

## Position IV

Die Wettbewerbsfähigkeit innerhalb der EU und gegenüber den Nicht-EU-Staaten muss gestärkt werden.

Die EU und die Mitgliedsländer müssen **Rahmenbedingungen** schaffen, die die Unternehmen so wenig wie möglich belasten und die wirtschaftliches Handeln fördern statt einengen. **Mittelstands-, Industrie- und Beschäftigungspolitik** muss abgestimmt werden, unter Berücksichtigung der nationalen Besonderheiten. Die **klima- und energiepolitischen Instrumente** sollten **koordiniert** werden. Auch der **Umweltschutz** muss stärker **länderübergreifend verzahnt** werden. Nur bei **gleichen Ausgangsbedingungen** für die Unternehmen in jedem Mitgliedsland ergeben sich EU-weit **keine Wettbewerbsverzerrungen**. Die EU sieht sich einem **zunehmenden Wettbewerbsdruck und Handelshemmnissen der Nicht-EU-Länder** gegenüber. Nur eine wirtschaftlich starke, **geeinte EU** kann diesen politischen Bestrebungen und dem steigenden Wettbewerbsdruck entgegenreten. Die CDH fordert außerdem von der Bundesregierung ein **geschlossenes Auftreten vor den europäischen Institutionen**. Regelmäßige Enthaltungen bei Abstimmungen (im Europäischen Parlament) führen zu einem **Bedeutungsverlust** und schaden dem **Ansehen Deutschlands**.

## Position V

Der grenzüberschreitende Warenverkehr darf nicht behindert werden.

Die CDH lehnt **Handelshemmnisse und protektionistische Tendenzen** ab. Ein **reibungslos funktionierender EU-Binnenmarkt** ist ein wichtiger Beitrag zu Wachstum, Beschäftigung und Wohlstand für alle Staaten der Europäischen Gemeinschaft. Gerade für die **internationale Wettbewerbsfähigkeit**



der sehr exportorientierten deutschen Industrie ist ein voll **funktionsfähiger europäischer Binnenmarkt** von großer Bedeutung. Die **deutschen Handelsvertretungen** sind stark in die **europäischen Warenströme eingebunden**, deutlich mehr als die Hälfte der CDH-Vertriebsunternehmen vertreten mindestens eine ausländische Firma, **mehr als ein Drittel aller Vertretungen sind ausländische Firmen**, mehr als ein Viertel sind im EU-Ausland ansässig.

Unseren **Positions-Flyer** zur Europawahl finden Sie [HIER](#).

## ▲ CDH befragt Parteien zur Europawahl

Vor der **Europawahl 2024** hat die CDH an die aus **Deutschland** (im Bundestag) vertretenen Parteien, die CDU/CSU, die SPD, die AfD, die FDP, die Linke und an das Bündnis 90/Die Grünen **sechs Fragen** gerichtet, was sie sich zu bestimmten Themen **für die nächsten fünf Jahre europapolitisch** vorgenommen haben und wie sie die hierzu **geplanten Veränderungen** umsetzen werden.

Dazu haben wir uns **Fragen** überlegt, von denen wir annahmen, dass die **Antworten** darauf für die Gesamtheit der CDH-Mitglieder **von besonderer Bedeutung** für deren jeweilige Wahlentscheidung seien würden. Da wir uns bei der Befragung der Parteien einem festgelegten Verfahren mit einer **Begrenzung der Anzahl der Fragen** unterwerfen mussten, war es aber ohnehin nicht möglich, alle Fragen, deren Beantwortung für CDH-Mitglieder interessant sein könnten, an die Parteien zu richten. Deshalb haben wir uns auf die folgenden **sechs Fragen** beschränkt:



1. Plant Ihre Partei, den **Bürokratieabbau** voranzutreiben und speziell kleine und mittlere Unternehmen (KMU) **zu entlasten** und wenn ja, wie?
2. Wie ist die Position Ihrer Partei zu den bestehenden Instrumenten und Initiativen zur **besseren Rechtssetzung** (z.B. Smart Regulation, REFIT; „Think Small First“; „One-in-one-out“)?
3. Welche Bedeutung misst Ihre Partei in Ihrer künftigen Europapolitik dem geltenden **Subsidiaritätsprinzip** des EU-Vertrages bei und werden Sie dieses zugunsten von **Wachstum und Unternehmertum** konsequent im Rahmen Ihrer politischen Arbeit berücksichtigen?
4. Welche konkreten Maßnahmen plant Ihre Partei, um eine leistungsfähige, grenzüberschreitende **Verkehrsinfrastruktur** in Europa noch weitergehend sicherzustellen und den grenzüberschreitenden **Warenverkehr zu erleichtern**?
5. Wie wird sich Ihre Partei für die **Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit** innerhalb und außerhalb der EU einsetzen und sicherstellen, dass in der **EU-ansässige Unternehmen** im internationalen Wirtschaftsverkehr nicht benachteiligt werden?
6. Wie ist die Position Ihrer Partei zu den bestehenden und künftigen **Klimaschutzziele**n und wie werden Sie sicherstellen, dass diese erreicht werden können, ohne der Entwicklung der **europäischen Wirtschaft** zu schaden?

Die **Antworten von allen Parteien** auf unsere Fragen werden - sobald uns diese vorliegen - auf unserer **Internetseite** unter: <https://cdh.de/themenfelder/politik/> veröffentlicht werden.

## ▲ So sieht's die CDH

Die CDH äußert sich regelmäßig zu [aktuellen politischen Themen](#), um die jeweilige **politische Diskussion** in der Öffentlichkeit im Sinne ihrer Mitglieder zu **beeinflussen**.

### CDH forderte Schuldenbremse mit Augenmaß, Investitionen in die Zukunftsfähigkeit Deutschlands und verlässliche Rahmenbedingungen für die Wirtschaft



Zwei Drittel der Deutschen befürworten die Schuldenbremse und wollen an ihr festhalten. Im internationalen Vergleich sind wir Deutschen, gemessen am Volumen, nicht am Geschick, Spar-Weltmeister und **Deutschland hat eine der geringsten Schuldenquoten aller großen Industrieländer**. Das **Problem** Deutschlands ist **nicht** seine **Schulden**, selbst wenn diese noch ein Stück weiter steigen, sondern wofür diese ausgegeben bzw. nicht ausgegeben wurden. Immer weiter **ausufernden sozialen Wohltaten** stehen seit zwanzig Jahren **stetig negative Nettoinvestitionen** gegenüber. Viele Jahre wurde von der Substanz gelebt.

Deshalb sind die öffentlichen Vermögenswerte, ob nun Straßen, Brücken, Schienenwege, Schulen und andere öffentliche Einrichtungen für jedermann sichtbar, oder Beteiligungen und andere Finanzvermögen weniger sichtbar, stetig erodiert.

Die ganze **Diskussion über die** Einhaltung bzw. Nichteinhaltung der **Schuldenbremse** kann man sich ebenso wie die kreative Erfindung immer neuer **Sondervermögen**, die nichts anderes als Sonderschulden zur Umgehung der Schuldenbremse sind, **aus Sicht der CDH sparen**. Aber nur wenn die Regierung sicherstellt, dass diese **Mittel investiert und nicht konsumiert** werden. Also für **Bildung, Infrastruktur, Innovationen** und unsere **Sicherheit** also für die **Zukunftsfähigkeit Deutschlands** **ausgegeben** werden.

Das soll allerdings **nicht** heißen, dass künftig **alle** der soeben genannten **Investitionen** über neue **Schulden finanziert** werden sollten. Denn vorrangig muss hierfür der **laufende Haushalt** dienen, dessen Haushaltssumme in diesem Jahr immerhin bei ca. 450 Milliarden Euro liegen dürfte. Somit sollten auch für Investitionen in die Zukunft genügend staatliche Mittel verfügbar sein. Dennoch **erforderliche weitere staatliche Investitionen** sollten dann allerdings auch **nicht an** den derzeitigen Regelungen **der Schuldenbremse** scheitern. Denn davon **profitieren** dann auch **künftige Generationen**, denn nur so **sichern wir heute den Wohlstand von morgen**.

Eine weitere wichtige **Aufgabe des Staates** ist aus Sicht der CDH, **verlässliche Rahmenbedingungen für die Wirtschaft** zu schaffen, um so auch Investitionen von Unternehmen oder sogar von privater Seite zu fördern. Gerade dies könnte zum Gelingen des Klimaschutzes und der Transformation unserer Wirtschaft zur verstärkten Nutzung von erneuerbaren Energien beitragen, ohne den Staatshaushalt zu belasten.

## ▲ Informationen für Vertriebsunternehmer



Die CDH veröffentlicht **zehnmal jährlich** die [Informationen für Vertriebsunternehmer](#). Diese beinhalten Artikel, die für eine **Veröffentlichung** in den Newsletter-Formaten der CDH nicht geeignet sind. In den **Informationen für Vertriebsunternehmer** werden vor allem **längere Beiträge** veröffentlicht, beispielsweise zu **Vertriebsrechtsthemen** oder den **Ergebnissen der CDH-Statistik** und der **CDH-Konjunkturumfragen**. Außerdem werden Beiträge von **Forschungsinstitutionen** und **Branchenverbänden** veröffentlicht, die für CDH-Mitglieder **von Interesse** sein können.

## ▲ Social Media-Daten der CDH kontinuierlich verbessert

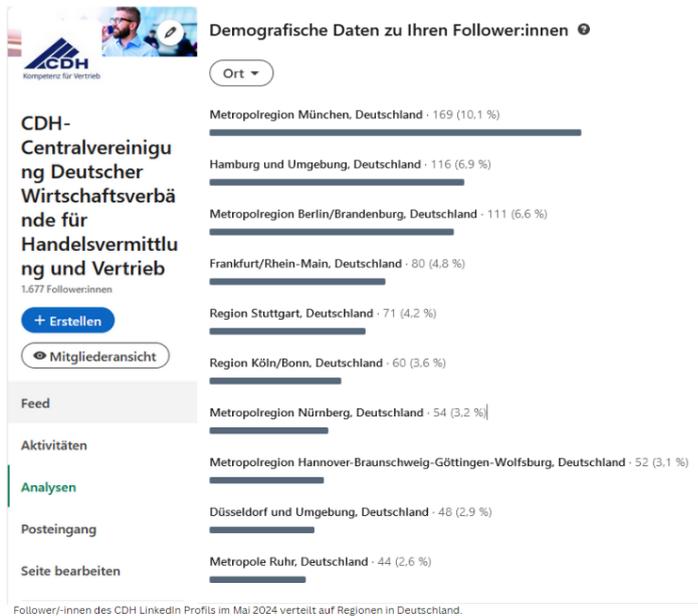


Das **Facebook-Profil** der CDH hat mittlerweile eine durchschnittliche Reichweite von 1.000 Aufrufen im Monat erreicht. Die „**Gefällt Mir**“ Angaben für diese Seite lagen im Berichtszeitraum bei 249 „**Likes**“. Die Reichweite eines Beitrags im Mai dieses Jahres erzielte eine **organische Reichweite** von 114. Der **YouTube** wie auch der **Instagram Kanal** der CDH zeigen nur geringfügige Veränderungen im aktuellen Berichtszeitraum. Der **YouTube Kanal** der CDH wird insbesondere dafür genutzt, CDH

Mitgliedern die vergangenen **CDH Webinare als Videomitschnitt** anbieten zu können. Insgesamt ist die Anzahl der dort abrufbaren Videos inzwischen auf **127 Videos** angewachsen.

Die Anzahl der Follower auf **X – vormals Twitter** - liegt derzeit bei **2.501 Followern** und ist damit im Vergleich zum Vorjahr leider etwas gesunken. Das liegt unter anderem daran, dass Twitter in bestimmten Abständen **inaktive Konten löscht**. Erfreulich ist vor diesem Hintergrund, dass die Anzahl der **Profilbesuche** des **X - Accounts** dabei dennoch leicht gesteigert werden konnte.

**Xing** hatte bereits zum Jahresanfang 2023 die **Gruppenfunktion** komplett **eingestellt**, da die eigene Ausrichtung verändert worden ist. Rechtzeitig vorher wurde daher auf LinkedIn eine geschlossene **CDH-LinkedIn-Gruppe** „CDH e.V. B2B Vertriebsunternehmer/-innen und Handelsvertreter/-innen“ **neu eröffnet**, die zwischenzeitlich kontinuierlich ausgebaut werden konnte. Mit dieser Gruppe wird das Ziel verfolgt, den Austausch zwischen Mitgliedern und **potentiellen Interessenten** in einem **nicht öffentlich** zugänglichen Bereich voranzubringen, um die zuletzt genannten schließlich als **Mitglied** für die CDH Organisation zu gewinnen.



bereits vorhandene **Themenbeiträge auf der Webseite** der CDH kurz umreißen und anschließend auf den vollständigen Inhalt auf der [www.cdh.de](http://www.cdh.de) verweisen. So werden die **neu gewonnenen Kontakte** fortlaufend über **Leistungen und Angebote der CDH** informiert.



#### Verkaufstalente aufgepasst: Erfolgreicher Start als Handelsvertreter

Event von CDH - Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb

Mo. 15. Jan. 2024, 18:00 (Ihre Ortszeit)

Benjamin Burk und 38 weitere Personen nehmen teil

Teilen Verwalten

Beispiel für eine Event-Ankündigung auf dem CDH LinkedIn Profil.

nur ein reines Posten von Beiträgen. Besonders wichtig ist es insgesamt, die **Interaktion mit den Followern zu fördern**. Dies kann in Zukunft verstärkt durch das **Stellen von Fragen** in den einzelnen Posts, das **Anregen von Diskussionen** in den Kommentaren und das **Beantworten von Nachrichten** erreicht werden.

### ▲ Zukunft im Vertrieb – LinkedIn Kampagne der CDH fortgesetzt

Unter Anleitung einer **professionellen Agentur** war die **Kampagne „Zukunft im Vertrieb“** ehemals gestartet und für einen gewissen Zeitraum von dieser begleitet worden. Im Berichtszeitraum ist

Weiter positiv hat sich die Kampagne **„Zukunft im Vertrieb“** – über die nachfolgend noch gesondert berichtet wird – auf die **Sichtbarkeit** des sog. Unternehmensprofils der **CDH auf LinkedIn** ausgewirkt. Bis Mitte Mai 2024 konnte die Anzahl der **Follower nochmals um mehr als die Hälfte gesteigert** werden und liegt derzeit bei über **1.677 Follower/-innen**, die sich **über ganz Deutschland** verteilen, wie die nebenstehende graphische Übersicht zeigt. Neben den **Beiträgen zur Kampagne „Zukunft im Vertrieb“** werden auf dem CDH Profil mehrmals wöchentlich Beiträge veröffentlicht, die die **Angebote der CDH** oder bereits vorhandene **Themenbeiträge auf der Webseite** der CDH kurz umreißen und anschließend auf den vollständigen Inhalt auf der [www.cdh.de](http://www.cdh.de) verweisen. So werden die **neu gewonnenen Kontakte** fortlaufend über **Leistungen und Angebote der CDH** informiert.

Neu im Rahmen der Kampagne „Zukunft im Vertrieb“ erdachte Formate – u.a. das **Restream-live Event** oder die sog. **CDH-Talkrunde für Handelsvertreter** - werden als Event auf dem **Verbandsprofil der CDH** auf LinkedIn angelegt und über das Verbandsprofil der CDH beworben sowie die eigenen Kontakte für eine **Teilnahme** gezielt eingeladen. Mit den regelmäßig stattfindenden **CDH Webinaren** wird ebenso verfahren. Aus einer tiefergehenden Analyse der LinkedIn-Daten wird deutlich, dass informative und unterhaltende Bild-Beiträge – **insbesondere verbunden mit kurzen Video-Clips** - mit Interaktionen eine weitaus **höhere organische Reichweite** und vor allem Dingen eine **viel höhere Klickrate** erzielen als

die Kampagne **gemeinsam** von der CDH und den CDH-Landesverbänden in Eigenregie ein weiteres Jahr **fortgeführt** worden. Im Fokus steht dabei nach wie vor, die **CDH** in der Öffentlichkeit – bewusst konzentriert auf das Social-Business-Netzwerk **LinkedIn** – in größerer Breite auch für **Nichtmitglieder sichtbar** zu machen und **Interesse an einer Mitgliedschaft** zu wecken. Diesem Ziel dient auch der eigens dafür gestaltete **Internetauftritt** unter [www.zukunft-im-Vertrieb.de](http://www.zukunft-im-Vertrieb.de), der für die Kampagne als **Landingpage** fungiert.



Zukunft im Vertrieb

Start Zukunft gestalten Insights Die CDH Mehr erfahren | Downloads Mitglied werden

**ZUKUNFT** **SICHERHEIT** **VERTRIEB**

Die CDH ist die größte Interessensvertretung für selbstständige Vertriebsprofis, Handelsvertretungen und Handelsvertreter in Deutschland und bietet ihren Mitgliedern eine Plattform zur Mitgestaltung der Wirtschaftspolitik

In der Regel treffen sich die Autorinnen und Autoren aus den **CDH Landesverbänden** und der **CDH** einmal in der Woche in einem gemeinsamen Webmeeting, um sich auszutauschen und neue **Ideen für Themen** und **Beiträge** zu entwickeln, die anschließend auf der **Landingpage** veröffentlicht werden. Auch neue Formate – wie das **Restream-live Event** oder die **Talkrunde für Handelsvertreter**, die jeweils als **online Event auf LinkedIn** angeboten werden, sind auf diese Weise entstanden. Ebenfalls werden Themen für sog. „White Paper“ erdacht, die im Anschluss **als Download** von Interessenten auf der Landingpage gegen **Bekanntgabe ihrer Kontaktdaten** sofort heruntergeladen werden können. Als White Paper wurden u.a. angeboten „Eine nicht einfache Entscheidung – Verkauf oder Aufgabe einer Handelsvertretung“ und „Die richtige Vertretung“.

Die **Kontaktdaten** der so gewonnenen Interessenten und die monatlich als neue Kontakte für das **Unternehmensprofil der CDH** gewonnenen Interessenten, werden auf den **Google Drive Account** der CDH als Monatsergebnis eingestellt und können so von den Landesverbänden für die **Mitgliederwerbung** unmittelbar genutzt werden. Auf diese Art und Weise und auch über den auf der Landingpage ermöglichten **Sofortkauf** einer **CDH Mitgliedschaft** konnten bereits CDH Mitglieder neu gewonnen werden.

Als besonders bedeutend hat sich im Laufe der Zeit die **Interaktion** der einzelnen Profile zu den einzelnen Beiträgen herausgestellt, da **LinkedIn Beiträge** mit hoher Interaktionsrate öfter **ausgespielt** werden. Auch **CDH Mitglieder** können diese Kampagne daher gerne **unterstützen**, indem sie die Beiträge dieser Kampagne auf **LinkedIn** positiv kommentieren, ein Like vergeben und anschließend auch noch mit den eigenen Kontakten teilen. All diese vorgenannten Aktionen lösen ein **„Mehr“ an Reichweite** auf LinkedIn aus.

## ▲ Informationen über den Vertriebsweg Handelsvertretung

### Austausch mit ausländischen Herstellervertretern



Marta Zelewska von der CDH beim „Deutschland Forum 2023“ der Deutsch-Slowenischen Industrie- und Handelskammer (online)

Die CDH nutzte den Austausch mit **internationalen Herstellervertretern und Unternehmensorganisationen**, wie unter anderem der **Deutsch-Slowenischen Industrie- und Handelskammer**, um den interessierten Partnern den Vertriebsweg Handelsvertretung näherzubringen und die Plattform [www.handelsvertreter.de](http://www.handelsvertreter.de) vorzustellen. Die Partner wurden ermutigt, die Plattform für ihre **Vertriebspartnersuche in**

**Deutschland** zu nutzen, beziehungsweise anfragenden Herstellern der jeweiligen Länder zu empfehlen.

## ▲ Digitale Werbemittel

Im Berichtszeitraum wurden **zahlreiche Werbemittel** der CDH **neu aufgelegt** bzw. **aktualisiert** und in **digitalem Format** allen CDH Landesverbänden **zur Verfügung gestellt**. Im sogenannten **„10-Gründe-Blatt“** werden die Gründe für eine CDH Mitgliedschaft von Handelsvertretern in der CDH-



Organisation anschaulich auf den Punkt gebracht. Das sogenannte **„Lobbyblatt“** führt in **chronologischer Reihenfolge** – vom Aktuellsten beginnend – die **Erfolge der CDH im Rahmen ihrer Lobbyarbeit** für Handelsvertretungen und Vertriebsunternehmer in Berlin und Brüssel auf und erläutert diese **Erfolge mit kurz gefassten Inhalten**. Das **digitale Werbeblatt „CDH im Netzwerk“** stellt anschaulich dar, in welchen **Bereichen** und in welcher **Form die Interessenvertretung** für Handelsvertreter in der **täglichen Arbeit** stattfindet und stellt zudem dar, auf welchen **Kanälen**, die CDH mit ihrer **Arbeit öffentlich** wird.

## ▲ Starthilfe für Existenzgründer

Neu aufgelegt wurde im Berichtszeitraum ebenfalls die Broschüre **„Starthilfe für Handelsvertreter“**, die sich im **Schwerpunkt** an **Existenzgründerinnen und Existenzgründer** für eine angestrebte Tätigkeit **als Handelsvertreter** richtet. Aufgebaut als **Wegweiser für Existenzgründer** und Jungunternehmer beinhaltet die Broschüre **zahlreiche Themen**, die gerade beim **Beginn der Tätigkeit von großer Bedeutung** sind – angefangen von den **Gründungsvoraussetzungen**, den steuerlichen Pflichten, speziellen Förderprogrammen bis hin zum **Finden der ersten Vertretungen**. Eingebunden sind jeweils die **vielfältigen Leistungen der CDH-Organisation**, die speziell bezogen auf Existenzgründer von großer Bedeutung sind. Begleitet wurde die Veröffentlichung der Starthilfebroschüre



von einem **Live-Stream Event** auf **LinkedIn** mit dem Thema **„Verkaufstalente aufgepasst – erfolgreicher Start als Handelsvertreter“**, welches Sie sich auch noch jetzt [hier](#) anschauen können.

Ergänzt wird der Inhalt der Broschüre außerdem von regelmäßig veröffentlichten Beiträgen auf der **Webseite der CDH** im Themenfeld **„Existenzgründung“**, diese finden Sie [hier](#).

## WEITERBILDUNG/ UNTERSTÜTZUNG

### ▲ CDH-Webinare weiter von Interesse

Die regelmäßig einmal im Monat angebotenen **CDH-Webinare** sind bei CDH-Mitgliedern nach wie vor beliebt. Die **Top-Themen** im **Berichtszeitraum** waren die Webinare: **„Risikomanagement - was passiert, wenn der Unternehmer ausfällt?“**– „Digitaler Nachlass und Vollmachten im Fokus“, **„Verkaufstalente aufgepasst – erfolgreich als Handelsvertreter“** – **„Der Weg zum digitalen Erfolg“** – **„Umsetzung des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes“** sowie das Webinar zum Thema **„Neukundengewinnung“**.



Ein Videomitschnitt des jeweiligen Webinars und der Link zum **Videokanal auf YouTube** werden im geschützten **Mitgliederbereich** auf [www.cdh.de](http://www.cdh.de) ins Internet gestellt, so dass sich auch Handelsvertreter, denen eine Teilnahme am **Online-Seminar** zeitlich nicht möglich war, über das Thema im Nachhinein informieren können. Gleiches gilt für die gezeigte Präsentation, die in der [Infothek Webinare](#) auf den Webseiten der CDH als Download - zumeist bereits am gleichen Tag – für CDH Mitglieder zur Verfügung steht.

Die Teilnehmerzahlen der Webinare beweisen, dass dieses **Weiterbildungsangebot** weiterhin eine **wichtige Leistung für Mitglieder** darstellt. Wir werden weiterhin einen Mix an Themen anbieten, die

an der Nachfrage seitens der Handelsvertreter ausgerichtet sind und die Mitglieder mit **Informati-  
onen und Weiterbildung** unterstützen.

## ▲ Relaunch der Handelsvertreter.de und aller weiteren IUCAB B2B Plattformen

Die Gesellschafterversammlung der **CDH eService GmbH** hatte im November 2023 beschlossen, im Frühjahr des Jahres 2024 in Zusammenarbeit mit dem langjährigen Partnerunternehmen, der Increon GmbH, einen **umfassenden Relaunch** der **Handelsvertreter.de** und **aller weiteren IUCAB b2b Plattformen** – insgesamt zwölf - umzusetzen. Der Relaunch der Plattformen war erforderlich geworden, um die Plattformen wieder auf dem **neuesten Stand der Technik** präsentieren zu können, insbesondere auch im **Vergleich zur Konkurrenz** und zu den führenden **Jobportalen**. Hierzu wurde ein **modernes Frontend** gestaltet mit zahlreichen Personenbildern, die auf den **persönlichen Vertrieb** zugeschnitten sind.



Handelsvertreter, Handelsagenten,  
Vertriebsunternehmen und andere  
selbstständige Vertriebsprofis in  
Deutschland gesucht?

Mit dem Relaunch und dem damit verbundenen Einsatz eines modernen **Content-Management-Systems** sind erweiterte Möglichkeiten zur **technischen SEO** (Suchmaschinenoptimierung) nutzbar geworden. Auch das **User-Backend** hat ein Update erfahren, insbesondere ist die Anzeigengestaltung und der Bezahlvorgang voneinander getrennt worden, um die **Anzahl der Absprünge** weiter zu **reduzieren**. Außerdem sind **neue Bezahlmethoden** (Rechnung mit Zahlungsgarantie, Wallet) eingeführt worden. Eine weitere Neuheit ist die **stärkere Einbindung** der Trägerverbände der einzelnen Plattformen, indem jeweils die Möglichkeit geschaffen worden ist, **eigene Inhalte auf die Plattform** einstellen zu können, um so unter Umständen auch die eigenen **Mitglieder stärker auf die Nutzung der Plattform ansprechen** zu können.

Die Gesamtzahl der auf den Plattformen **registrierten Hersteller** ist inzwischen auf **über 17.000** gestiegen. Ein Drittel der Anzeigenumsätze werden über die ausländischen Plattformen und zwei Drittel über die deutsche Plattform erzielt. Das Ziel der **Steigerung der Attraktivität und der Internationalität** der Plattformen wird mit dem Relaunch weiterhin intensiv verfolgt. Dies gilt auch für die Zukunft.

Öffentlich hervorgehoben wird nun auch die nur für CDH Mitglieder bestehende Möglichkeit, ein **öffentliches Profil** zu erstellen, um eine **größere Sichtbarkeit auf Google** zu erreichen. Nach der

Umsetzung des Relaunches ist es nunmehr besonders wichtig, die **Qualität und Aktualität der Daten** aller auf den Plattformen befindlichen **Handelsvertreter** fortlaufend zu gewährleisten. Insoweit sind nun alle **Trägerverbände** besonders gefordert.

### ▲ Kooperation mit der KölnMesse und der Messe Frankfurt

Die CDH pflegt weiterhin Kontakte zur KölnMesse. Nach Corona-bedingten Absagen konnten für die CDH-Mitglieder zur internationalen Einrichtungsmesse **imm Spring Edition** im **Juni 2023** erneut **kostenlose Eintrittskarten für die gesamte Messedauer** angeboten werden.

CDH-Mitglieder konnten wiederum auch zur **Ordermesse Nordstil Sommer** der Messe Frankfurt im Juli 2023 in Hamburg Gutscheincodes für **kostenlose Eintrittskarten** bei der CDH erhalten.



Im Januar **2024** hatten CDH-Mitglieder dann die Möglichkeit, die Frankfurter Messen **Ambiente, Christmasworld und Creativeworld** zu besuchen, **ohne Eintritt** zahlen zu müssen. Die Gutscheincodes galten für **kostenlose Dauerkarten** für die gesamte Dauer aller drei Messen.

### ▲ CDH-Messen

CDH - Mitgliedsunternehmen einiger Konsumgüterbranchen bieten ihren vertretenen Unternehmen mit der Präsentation ihres Sortimentes auf CDH-Messen eine besondere Dienstleistung, vor allem für Kunden aus dem Einzelhandel. Nach der Corona-Pandemie konnten wieder **CDH-Messen, Musterschauen oder Ordertage** von einigen CDH-Wirtschaftsverbänden organisiert oder in ihrem Auftrag durchgeführt werden. 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.

### ▲ Amtliche Statistik

Die CDH ist im **Arbeitskreis Handelsstatistik im Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz** sowie in den beiden Fachausschüssen „**Handels- und Dienstleistungsstatistik**“ und „**Klassifikationen**“ beim **Statistischen Bundesamt** bei der Vorbereitung und Weiterentwicklung von Erhebungen für amtliche Statistiken beratend tätig, um die Interessen der CDH-Mitglieder zu wahren. Zu der in Arbeit befindlichen **Überarbeitung** der bisherigen **Systematik der Wirtschaftszweige** hat die CDH im Februar und im April 2023 ihre **Vorschläge** dem Statistischen Bundesamt unterbreitet. **Weitere Stellungnahmen** zur **Klassifikation der Wirtschaftszweige** hat die CDH im Oktober und im Dezember 2023 an das Statistische Bundesamt übermittelt.

## ▲ CDH-Rahmenabkommen



Die CDH-Organisation bietet ihren Mitgliedern auch **wirtschaftliche Vorteile** 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**. Die daraus resultierenden **Kostenersparnisse** können bei aktiver Nutzung dieser Abkommen den **Mitgliedsbeitrag** bei weitem **übertreffen**.

Im Jahr 2021 wurde ein Abkommen mit der [secufox GmbH](#) abgeschlossen. Diese entwickelt **Notfallkonzepte für Unternehmen** und berät CDH-Mitglieder exklusiv mit vielen Vergünstigungen für den Fall, dass der **Firmenchef** plötzlich und unerwartet vorübergehend **ausfällt**. Wie ein solider **Notfallplan** gestrickt sein muss, damit er im Zweifel die **Existenz** von selbstständigen Unternehmern im Vertrieb **absichert**, wissen die **Notfallexperten von secufox**. Der CDH-Kooperationspartner aus Rosenheim analysiert jetzt kostenlos in einer Telefon- oder Videoberatung die individuelle Ausgangslage und gewährt CDH-Mitgliedern einen Preisnachlass von 30% auf ihren individuellen Notfallplan.

 **RHAPSODY** Die **RHAPSODY Software Solutions GmbH** ist schon lange als **Softwarehersteller und Softwarelieferant von Handelsvermittlungs- und Vertriebsunternehmen** tätig und verfügt daher über große Erfahrung mit Firmenkunden, wie den CDH-Mitgliedern. Angebotsschwerpunkt sind **CRM-Software und Warenwirtschaftssysteme**. Das hat uns dazu bewogen, ein Kooperationsabkommen mit diesem Unternehmen abzuschließen. Damit erhalten alle **CDH-Mitglieder** einen Preisnachlass von **10 Prozent auf alle Lizenzkosten** für RHAPSODY-Programmmodule. Dieser Nachlass wird **auch für nachträgliche Lizenzenerweiterungen** gewährt, nicht jedoch für fortlaufende Lizenzgebühren aus bereits bestehenden Verträgen. Für **Existenzgründer und CDH-Mitglieder, die keine Mitarbeiter** beschäftigen, wird zudem ein **spezielles Programmpaket** als Mietkaufangebot über 24 Monate **stark vergünstigt** angeboten: die [RHAPSODY HV Starter Edition](#).

Außerdem können CDH-Mitglieder, die einen eigenen [Online-Shop](#) benötigen, auf ein Abkommen der CDH mit der **Eshop Guide GmbH** einem kompetenten **Anbieter von shopify** einem der renommiertesten Online-Shops auf dem Markt zurückgreifen.

Seit dem vergangenen Jahr gibt es die **HDI-EGO Grundfähigkeitsversicherung** vom **CDH-Rahmenvertragspartner HDI**, mit der CDH-Mitglieder individuell und flexibel alle die **persönlichen Fähigkeiten**, auch von Angehörigen, gegen **Verlust oder Beeinträchtigung bei Unfall oder Krankheit** versichern können, die ihnen wichtig sind. Zum Beispiel auch das Autofahren. Relativ neu ist auch die **HDI-CleverInvest Basisrente**, ein **neues Altersvorsorgeprodukt**, das seit dem Herbst 2021 angeboten wird. Die seit langem angebotene **HDI-Handelsvertreter-Rechtsschutzversicherung** wurde im Jahr 2022 grundlegend **überarbeitet und verbessert**.

Weitere Angebote vom CDH-Rahmenvertragspartner HDI sind eine **Musterkollektionsversicherung**, die **Firmenversicherung** u.a. mit Betriebshaftpflichtversicherung, Inhaltsversicherung für Bürobetriebe, Elektronikversicherung u.v.m (HDI Compact), der **HDI Privat Schutz** (Kombipolice bestehend aus Rechtsschutz, Unfallversicherung, Privat-Haftpflicht, Hausrat, Wohngebäudeversicherung sowie Haus- und Grundbesitzerhaftpflichtversicherung, Bauherren-Haftpflichtversicherung und noch mehr), Produkte zur **Alters- und Hinterbliebenenversorgung** und die **Kfz-Versicherung**.



Für viele CDH - Mitglieder ist die Beschaffung ihrer Geschäftsfahrzeuge als ein unverzichtbares Arbeitsmittel die größte betrieblich bedingte Investition. Für die CDH ist deshalb seit einigen Jahren die Erzielung möglichst hoher **Preisnachlässe für Geschäftsfahrzeuge** ein besonders wichtiger Bereich zur Realisierung von Kostenersparnissen für die Mitglieder. CDH-Mitglieder können insgesamt **vier Rahmenabkommen mit Herstellern** von jetzt **elf Fahrzeugmarken**

(bislang sieben) und **vier Lieferabkommen mit Vertragshändlern**, bzw. Handelsgruppen bei denen insgesamt **dreizehn Fabrikate** (bislang zwölf) mit Preisnachlässen bezogen werden können, nutzen. Über das Händlerabkommen mit der Bleker-Gruppe sind zudem im Wechsel immer wieder zeitlich begrenzte **Sonderangebote für fünf weitere Fahrzeugmarken** für CDH-Mitglieder zugänglich.



Anfang 2023 **neu abgeschlossen**, wurde ein Abkommen mit der [CarFleet24](#) Lovenda GmbH über den vergünstigten Bezug von Neufahrzeugen der Marken **Audi, BMW, Fiat, Hyundai, Jaguar, Kia, Land Rover, Mazda, Mini, Porsche und VW**, für die mit Ausnahme von Kia, Audi, VW und Fiat ansonsten kein Abkommen für CDH-Mitglieder (mehr) existiert. Dieses neue Abkommen gilt, wie alle CDH-Abkommen zum Kfz-Bezug, für Kauf, auch mit Finanzierung, und Leasing. Die Lieferung erfolgt über das Netzwerk deutscher

Vertragshändler von CarFleet24 für die jeweilige Marke. Der einzige Unterschied zum Bezug beim heimischen Autohändler ist die Kaufanbahnung über die Internetseite von CarFleet24 für CDH-Mitglieder. Dabei bietet **CarFleet24** mit der Möglichkeit zum **Angebotsvergleich** mit einem bereits bestehenden Angebot einen ganz **besonderen Service**.

Diese Möglichkeiten zum vergünstigten Bezug von Geschäftsfahrzeugen werden ergänzt, durch eine Vereinbarung mit der [MeinAuto.de GmbH](#), der Betreiberin einer der größten Vermittlungsplattformen zum vergünstigten Bezug von Kfz im Internet. Seitdem können CDH-Mitglieder über den **CDH-Vorteilsclub von MeinAuto.de** Fahrzeuge von insgesamt über **40 Marken** mit sehr attraktiven Preisnachlässen und zumeist mit einem zusätzlichen Preisvorteil gegenüber frei zugänglichen Angeboten von MeinAuto.de beziehen. Für 30 dieser Marken hat die CDH keine Rahmenabkommen mit Herstellern oder Lieferabkommen mit Vertragshändlern.

Im Jahr 2022 ist ein Abkommen abgeschlossen worden, das CDH-Mitgliedern die Nutzung der **markenübergreifend gültigen UTA-Tankkarte** mit **attraktiven Preisnachlässen für Diesel- und Superkraftstoff** ermöglicht.

Das Angebot zur automobilen Mobilität für CDH-Mitglieder wird weiterhin mit einer **Shell-Tankkarte**, die auch bei **Esso, Avia, Agip, OMV und Westfalen** gilt und **Sonderkonditionen für Dieselkraftstoff** beinhaltet, sowie Nachlassvereinbarungen mit der **Werkstattkette A.T.U** und der **Autovermietung Europcar** abgerundet.



Im Jahr 2020 wurde dieses Angebot um zwei weitere, speziell für Handelsvertreter wichtige neue Abkommen ergänzt. Eines ermöglicht CDH-Mitgliedern den vergünstigten Erwerb des **elektronischen Fahrtenbuches** von dem führenden Anbieter, der **VIMCAR GmbH**, die auch Kooperationspartner der Bundessteuerberaterkammer ist. Ein weiteres Abkommen besteht mit der **impactit GmbH** zum vergünstigten Bezug von deren **Touren- und Routenplanungssoftware portatour®**. Noch wichtiger als der jeweils gewährte Preisnachlass, ist aber die **Ersparnis**, die mit dem elektronischen Fahrtenbuch und der Software zur Optimierung der Außendiensttouren erzielt werden kann. Ähnliches gilt sowohl für die Shell- als auch für die **UTA-Tankkarte**, deren Nutzung sehr viel **Arbeit und Buchführungskosten erspart**.

Ebenfalls im Jahr 2020 konnte mit **Dell Technologies** ein führender Hersteller von **Computerhardware und Zubehör** als Kooperationspartner gewonnen werden, der CDH-Mitgliedern neben attraktiven Preisnachlässen auch kostenlose Beratung bietet. Ein weiteres Abkommen existiert mit der **Pull Up Case GmbH**, dem Anbieter eines gleichnamigen patentierten **Systems von Musterkoffern**, um CDH-Mitgliedern deren Bezug zu vergünstigten Konditionen zu ermöglichen.

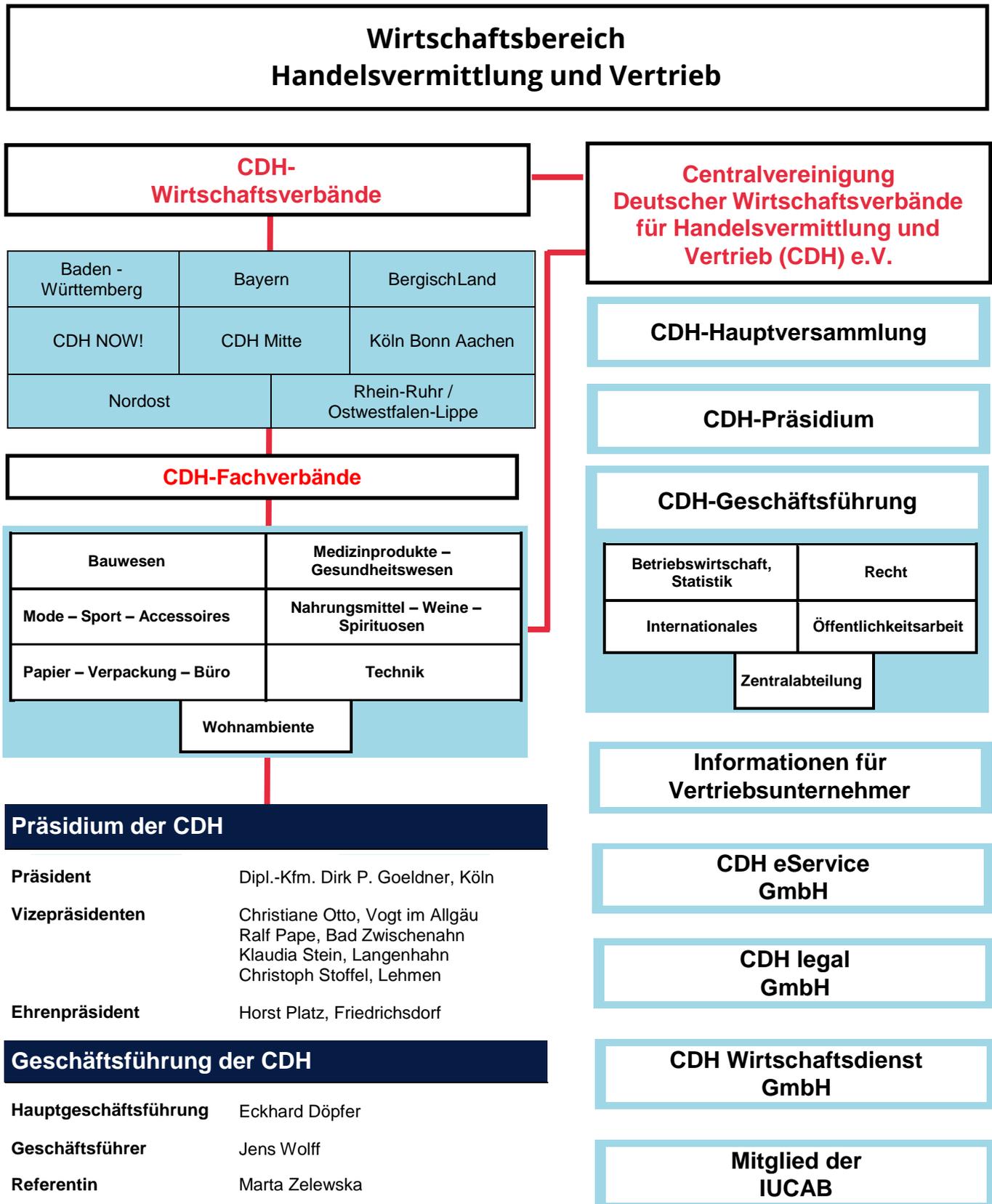
Nachfolgend eine Aufstellung nahezu aller Rahmen- und Lieferabkommen der CDH Centralvereinigung bzw. der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH:

Vertragspartner	Gegenstand des Abkommens	Ansprechpartner
Ford Werke GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marke Ford	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
KIA Motors Deutschland GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marke Kia	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Stellantis Germany GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marken Opel, Peugeot, Citroen, DS, Alfa-Romeo, Fiat, Abarth und Jeep	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>

VOLVO CAR Germany GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marke Volvo	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Bleker Gruppe, vertreten durch das Autohaus Bleker GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marken Kia, Opel, Peugeot, Citroen, DS, Renault und Nissan Sonderangebote im Wechsel zusätzlich auch für Alpine, Alfa-Romeo, Dacia, Jeep, und Maserati	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Autohaus Jürgens GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marke Mercedes, die über den PKW-Vertrieb angeboten werden und Smart	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Löhr Automobile GmbH (Löhr-Gruppe)	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marken Audi und VW	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Auto & Service PIA GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marken Seat und Skoda	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
CarFleet24 Lovenda GmbH	Vergünstigter Bezug von Kfz der Marken Alpina, Audi, BMW, Mazda, Mini, Porsche, VW	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
mein Auto.de	Vergünstigter Bezug von Kfz von 40 Marken, mit deren Herstellern die CDH keine Rahmenverträge hat	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
A.T.U. Auto-Teile-Unger GmbH & Co. KG	Preisnachlässe für Autoreparaturen, Ersatzteile, Reifen und Zubehör	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Europcar Autovermietung GmbH	Vergünstigte Tarife für Kfz-Anmietungen im Inland und verschiedenen anderen Ländern	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
euroShell Deutschland GmbH	Tankkarte	CDH-Wirtschaftsverbände
Union Tank Eckstein GmbH	UTA-Tankkarte	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>

Vimcar GmbH	Vergünstigter Bezug eines digitalen Fahrtenbuches	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
impactit GmbH	Vergünstigter Bezug der Tourenplanungssoftware portatour®	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
RHAPSODY Software Solutions GmbH	CRM-Software, Warenwirtschaftssysteme, vergünstigter Bezug der RHAPSODY HV Starter Edition	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Dell Technologies	Vergünstigter Bezug von Computerhardware und Zubehör	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
Secufox GmbH	Notfallkonzepte und Notfallcoaching für Unternehmer u. deren Familien für den plötzlichen Ausfall des Inhabers	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
R&R/COM Werbung und Kommunikation GmbH & Co. KG	Erstellung von Internetseiten, Suchmaschinenoptimierung und E-Mail-Marketing	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
EKGS	Optimierung der Telefonkosten im Festnetz und Mobilfunk	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
HDI AG	Versicherungen für die Alters- und Risikovorsorge, Paketlösungen	CDH-Wirtschaftsverbände
HDI und Roland Rechtsschutz	Handelsvertreterrechtsschutz, Firmen- und Kompakt-Rechtsschutz	CDH-Wirtschaftsverbände
Pull Up Case GmbH	Vergünstigter Bezug des Musterkoffersystems "PULL UP CASE"	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>
CDH Visa-Business-Card	Kreditkarte mit Sonderkonditionen	CDH-Wirtschaftsverbände
Maritim Hotels	Preisnachlass für Übernachtungen	CDH, 10873 Berlin T: 030-72625600 F: 030-72625699 E-Mail: <a href="mailto:info@cdh.de">info@cdh.de</a>

# ORGANISATION





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

Am Weidendamm 1 A  
10117 Berlin

T +49 (030) 726256 - 00

F +49 (030) 726256 - 99

<https://cdh.de>

<https://www.cdh-wdgmbh.de/>

<https://www.handelsvertreter.de>

<https://cdhlegal.de/>

