



5. CDH-Vertriebsbarometer: Nur laue Frühlingsbrise

Die Ergebnisse des 4. CDH-Vertriebsbarometers, durchgeführt im März/April 2013, liegen vor. Für die Vertriebsunternehmen gab es geschäftlich gesehen nur eine laue Frühlingsbrise.

Im Verlauf des 2. Halbjahres 2012 hatte sich gezeigt, dass sich die anhaltende wirtschaftliche Schwäche in den Krisenländern Europas und darüber hinaus und die damit zusammenhängenden Währungsturbulenzen letztlich auch auf die Konjunktur in Deutschland ausgewirkt hat. Diese Entwicklung hat sich auch im CDH-Vertriebsbarometer widerspiegelt, wenngleich sich Geschäftslage der Handelsvertretungen im allgemeinen auf relativ hohem Niveau bewegt.

Im Winter 2012/2013 hatten sich die Ergebnisse weiter stabilisiert Niveau stabilisieren. Das Frühjahr hat diese positive Entwicklung allerdings nicht beflügelt, vielmehr gibt es jetzt einen leichten Einbruch. Die Anzahl der Befragten mit sehr guter Geschäftslage ist von 6,4% auf 5,4 % zurückgegangen, als gut bezeichnen ihre Geschäftslage „nur“ noch 36,3% (gegenüber 47,5% zum Jahresende 2012.). Eine schlechte Geschäftslage gaben 13,9 % an gegenüber 8,3% in der vorherigen Umfrage.

Der Zulieferbereich steht gegenwärtig am besten da: 55% der Befragten bezeichnen ihre Geschäftslage als sehr gut oder gut. Auch der Bereich Elektrotechnik steht mit fast 45% mit sehr guter oder guter Geschäftslage über dem Durchschnitt. In Bauwesen hat sich die Konjunktur leicht abgeschwächt, 1,4 % sehen ihre Geschäftslage als sehr gut an, 18,5 % hingegen als schlecht.

Sehr schwach abgeschnitten haben die Handelsvertretungen für Schuhe und Lederwaren, von denen nahezu ein Drittel über eine schlechte Geschäftslage klagen. Hingegen sind andere Handelsvertretungen im Konsumgüterbereich ganz zuversichtlich. Im Bereich Bekleidung schätzen 9% Prozent ihre Lage als sehr gut, und 30 Prozent als gut. Auch Handelsvertretungen für Medizintechnik – Gesundheitswesen zeigten sich insgesamt zufrieden (5,9% sehr gut, schlecht ebenfalls 5,9 %, damit deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt). Im Nahrungs- und Genussmittelbereich sieht es in Gegensatz zum Winter weniger gut aus, etwa die Hälfte haben ihre Lage als schlecht bezeichnet. Die Ergebnisse aus den Branchen sind unter dem Vorbehalt zu sehen, dass die Besetzungszahlen in den einzelnen Segmenten teilweise nicht sehr hoch sind.

Nach wie vor zeigt sich die Diskrepanz in der Beurteilung der eigenen Geschäftslage und der Branchenlage generell, allerdings fällt der Unterschied in diesem Frühjahr im allgemeinen nicht allzu groß aus. Die Branchenlage wird nur etwas schlechter beurteilt als die eigene Geschäftslage (siehe die entsprechende Grafik). Stärkere Abweichungen ergeben sich aber im gesamten Textilbereich, die Branchenlage wird von 27,3% der befragten Handelsvertretungen als schlecht eingeschätzt und vom 36 %, die Textilerzeugnisse vertreten.

Von Interesse sind im Vertriebsbarometer auch die kurz- und langfristigen Perspektiven der Handelsvertretungen. Was die kurzfristigen Perspektiven betrifft (bis zu 6 Monaten) rechnen

etwa 53 % der Befragten mit keinen großen Änderungen. Im Frühjahr 2013 haben die Pessimisten in der Überzahl , 25,7 % halten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation für denkbar, nur 17,5% für besser. Auf lange Sicht gesehen (bis zu drei Jahre) verschiebt sich das Meinungsbild, bessere Perspektiven sehen 32,6%, schlechtere 24,4 Prozent und keine Änderung erwarten 33,8% Prozent.

Etwa 10 Prozent sind der Auffassung, dass die Entwicklung längerfristig noch nicht abzusehen ist. Zu unbestimmbar sind noch die Risiken, die aus der Wirtschaftsschwäche der meisten Euroländer ausgehen.

Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb
(CDH)
, Berlin, www.cdh.de