

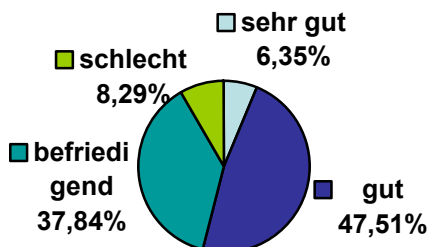
Vertriebsbarometer Winter 2012/2013

Gute Stimmung



Die Ergebnisse des 4. CDH-Vertriebsbarometers, durchgeführt im Januar 2013, liegen vor. Die Erfahrung der Vertriebsunternehmen aus dem täglichen Kundenkontakt deutet darauf hin, dass sich die Konjunktur aus der Sicht des Vertriebs wieder stabilisiert hat.

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 hatte. Die deutsche Wirtschaft konnte sich lange gegen den Trend der meisten europäischen Ländern stemmen, dem sich aber nicht dauerhaft entziehen. Im Verlauf des Jahres 2012 hatte sich die Stimmung daher eingetrübt. Diese Entwicklung wurde auch im CDH-Vertriebsbarometer widerspiegelt, wenn sich auch die Stimmung im Gesamt auf relativ hohem Niveau bewegt.



Das Vertriebsbarometer Winter 2012/2013 zeigt, dass sich die Ergebnisse auf diesem Niveau stabilisieren. 6,4 Prozent der Befragten stufen ihre Geschäftslage als sehr gut und 47,5 Prozent als gut ein. Der Anteil der Befragten, der seine Geschäftslage immerhin als befriedigend ansieht, beläuft sich auf 37,8 Prozent. Nur 8,3 Prozent der Befragten sehen ihre Geschäftslage als schlecht an.

Der Investitionsgüterbereich hat sich in den letzten Befragungen immer am besten behaupten können. Dies gilt im abgeschwächten Maß auch für die Befragung zu Beginn dieses Jahres. Im Bereich Elektrotechnik bezeichnen 9,5 Prozent ihre Geschäftslage als sehr gut, die Handelsvermittlungen in den Bereichen Bauwesen sowie Maschinen und Industrieausrüstung liegen mit jeweils 6,6 Prozent „sehr gut“ etwas über dem Gesamtdurchschnitt. Verhalten ist die Stimmung im Zuliefererbereich, keiner der Befragten hält seine Geschäftslage für sehr gut, etwa ein Drittel für gut. Damit hat sich die Lage bei den

Zulieferern allerdings etwas entspannt, im Herbst 2012 stufen nur 20 Prozent ihr Geschäft als gut ein.

Auch eine ganze Reihe von Handelsvertretungen im Konsumgüterbereich sind zuversichtlich. Im Bereich Bekleidung schätzen 7,9 Prozent ihre Lage als sehr gut, und fast 40 Prozent als gut. Auch Handelsvertretungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich und bei Medizintechnik – Gesundheitswesen zeigten sich zufrieden.

Nach wie vor besteht eine Diskrepanz in der Beurteilung der eigenen Geschäftslage und der Branchenlage generell. Die Branchenlage wird schlechter beurteilt als die eigene Geschäftslage, so ist für 6,4 Prozent der Befragten ihre Situation sehr gut, die Branchenlage wird aber nur von 1,7 Prozent so eingeschätzt. Dies ist ein Hinweis darauf, dass es bei einer Reihe von Handelsvertretungen Firmenkonjunkturen gibt, d.h. dass sich Handelsvertretungen möglicherweise aufgrund von attraktiven Vertretungen oder besseren Marktstrategien im Wettbewerb eher durchsetzen können als der Branchendurchschnitt.

Von Interesse sind im Vertriebsbarometer auch die kurz- und langfristigen Perspektiven der Handelsvertretungen. Was die kurzfristigen Perspektiven betrifft (bis zu 6 Monaten) rechnen etwa 2 Drittel der Befragten mit keinen großen Änderungen. Die Optimisten (eher besser: 16,5 Prozent) und die Pessimisten (eher schlechter: 14,9 Prozent) halten sich in etwa die Waage. Auf lange Sicht gesehen (bis zu drei Jahre) ist das Meinungsbild uneinheitlich, bessere Perspektiven sehen 36,7 Prozent, schlechtere 24 Prozent und keine Änderung erwarten 30 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) e.V., Berlin, www.cdh.de