

... CDH-Vertriebsbarometer

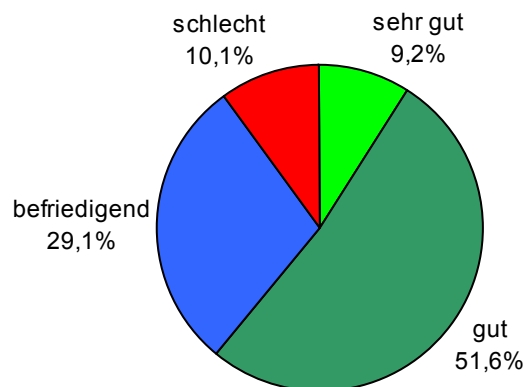
► Sommer 2012: Erste Anzeichen für Abkühlung im Vertrieb?

Die Ergebnisse des 2. CDH-Vertriebsbarometers der CDH, durchgeführt von Mitte Juni bis Mitte Juli 2012, liegen vor. Gegenüber dem Frühjahr sind die Bewertungen in dieser Konjunkturumfrage etwas schlechter ausgefallen.



Sind das weitere Anzeichen für eine Abkühlung der Konjunktur? Der Vertrieb ist ein guter Seismograph für wirtschaftliche Entwicklungen. Handelsvertretungen, die ständig im Gespräch mit den Geschäftskunden auf der Abnehmerseite stehen und ihr Orderverhalten kennen, gewinnen zu einem sehr frühen Zeitpunkt Informationen über die Entwicklung der Märkte.

CDH-VERTRIEBSBAROMETER Sommer 2012
Beurteilung der eigenen Geschäftslage der Handelsvertretungen
(n=306)



Die Anzahl der befragten Handelsvertretungen mit einer sehr guten Geschäftslage ist innerhalb von vier Monaten von 11,4% auf 9,2 % zurückgegangen. Dies ist allerdings kein gravierender Einbruch, kann aber ein mögliches Anzeichen dafür sein, dass sich der Boom im Vertrieb abzuschwächen droht. Über die Hälfte der Handelsvertretungen (51,6%) befindet sich allerdings gegenwärtig in einer guten Geschäftslage. Gestiegen sind wiederum die Angaben „schlechte Geschäftslage“ (von 8,7 % im März auf 10,1 % im Juli).

Die Beurteilung der Branchenlage weicht, wie auch in früheren Befragungen, von der persönlichen Lage ab, es ist aber jetzt kein eindeutiger Trend auszumachen. In früheren Befragungen wurde die eigene Geschäftslage von der Handelsvertretungen durchgängig besser eingeschätzt als die der Branche, dies sprach für Firmenkonzukturen. In diesem Sommer ergibt sich ein differenzierteres Bild: Handelsvertretungen, denen es selbst sehr gut geht, beurteilen gleichwohl die Aussichten ihrer Branche relativ skeptisch, Handelsvertretungen mit einer schlechten Geschäftslage halten ihre Branche insgesamt aber für besser.

Die Zukunftsperspektiven werden kurzfristig (bis zu 6 Monaten) unterschiedlich beurteilt. Die überwiegende Mehrheit (62,9 %) erwartet keine Veränderungen, 19 % der Befragten zeigen mehr Optimismus und 15,7 % sehen schlechtere Perspektiven. Damit sind die Ergebnisse etwas negativer als im Frühjahr (25 % eher besser, 12 % eher schlechter). Langfristig sind die Erwartungen in etwa gleich verteilt: je 30 % gehen von besseren bzw. gleichbleibenden Perspektiven aus, 25% sind eher skeptisch. Relativ hoch ist der Anteil der Befragten, der längerfristig keine Einschätzung abgeben kann oder will.

Eine Prognose zu wagen, fällt gegenwärtig auch schwer angesichts der dramatischen Eurokrise und der Folgen auf die europäische Wirtschaft, die sich immer mehr abzeichnen, auch in Deutschland. Man kann gespannt sein auf die Ergebnisse des 3. Vertriebsbarometers im Herbst dieses Jahres.

Berlin, September 2012