

PRESSEMITTEILUNG

GEMISCHTES BILD BEI DEN GESCHÄFTSENTWICKLUNGEN VON HANDELSVERTRETUNGEN

Die Zahlen der aktuellen CDH-Statistik zeigen uneinheitliche Entwicklung bei den Einnahmen und beim vermittelten Warenumsatz der Handelsvertreter in Deutschland. Das Eigengeschäft bleibt weiterhin wichtig. Der Anteil ausländischer Vertretungen an vertretenen Unternehmen insgesamt legt deutlich zu.

Berlin, 26. Mai 2025 — Nach zwei Jahren legt die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e. V. in Zusammenarbeit mit dem Institut für Handelsforschung Köln (IFH KÖLN) wieder Zahlen zu der Entwicklung des Vermittlungs- und Eigengeschäftes von Handelsvertretungen vor. Für die neuste CDH-Statistik 2024 wurden insgesamt 836 Handelsvertretungen nach Umsatz- und Ergebniszahlen sowie Kostenstrukturdaten, bezogen auf die Jahre 2022 bis 2023, befragt. Bei durchschnittlichen Bruttoprovisionseinnahmen von knapp 390.000 Euro zeigt sich eine uneinheitliche Geschäftsentwicklung bei den Handelsvertretern verschiedener Branchen.

Rückgang im Gesamtdurchschnitt, Zuwächse in einzelnen Branchen

Insgesamt sind gegenüber dem Vorjahr die durchschnittlichen Bruttoprovisionseinnahmen von Handelsvertretern um 2 Prozent leicht zurückgegangen. Deutlich stärker fiel der Rückgang der durchschnittlichen Bruttoprovisionseinnahmen in den Wirtschaftsbereichen Möbel-Wohnambiente-Schmuck, Bauwesen und Mode-Sport-Accessoires aus (von -3,4 % bis -26,9 %). Die Wirtschaftsbereiche Medizinprodukte-Gesundheitswesen, Technik-Produktionsgrundstoffe sowie Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen konnten dagegen gute Zuwächse (zwischen 3,8 % und 13,7 %) erzielen.

Warenumsatzanstieg im Vergleich zu Brutto-Provisionseinnahmenplus teilweise höher

Im Gesamtdurchschnitt wurde ein vermittelter Warenumsatz von 5.112.495 Euro pro Handelsvertreterbetrieb ermittelt, was einen Rückgang um 3,2 Prozent im Vergleich zu 2022 bedeutet. Von der Abnahme betroffen waren vor allem die Wirtschaftsbereiche Mode-Sport-Accessoires, aber auch Möbel-Wohnambiente-Schmuck und – trotz gesteigerter Bruttoprovisionseinnahmen – Technik-Produktionsgrundstoffe.

„Andererseits konnten Branchen wie Medizinprodukte-Gesundheitswesen oder Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen stattliche Warenumsatzsteigerungen vermelden, die sogar den Anstieg der Bruttoprovisionseinnahmen übertrafen. Dies unterstreicht die sehr uneinheitliche Geschäftsentwicklung der Handelsvertretungen“, betont Eckhard Döpfer, Hauptgeschäftsführer der CDH.

Im Schnitt vermittelte 2023 jeder Vollzeitbeschäftigte einer Handelsvertretung einen Warenumsatz von fast 1,4 Millionen Euro und erwirtschaftete einen Bruttoprovisionserlös von 81.345 Euro. Jeder im Außendienst beschäftigte Mitarbeiter einer Handelsvertretung vermittelte im Durchschnitt über 3,2 Millionen Euro Warenumsatz und einen Bruttoprovisionserlös von 160.520 Euro.

Eigengeschäft weiterhin von Bedeutung

2024 ist der Anteil der Handelsvertretungen, die auch Eigengeschäfte tätigen, ganz leicht zurückgegangen. Der Eigenumsatz stieg jedoch um 5,3 Prozent, während die Bruttoerträge aus Eigengeschäften, die sogenannte Handelsspanne, ebenso stark gesunken sind. Dabei waren die jeweiligen Entwicklungen in den einzelnen Wirtschaftsbereichen sehr unterschiedlich.

Ausländische Vertretungen nehmen wieder zu

Der internationale Verflechtungsgrad hat 2024 fast wieder dasselbe Höchstniveau von 2020 erreicht. So wuchs der Anteil der Handelsvertretungen mit ausländischen Vertretungen um 2 Prozentpunkte auf 55,3 Prozent. Der Anteil der ausländischen Vertretungen an allen vertretenen Unternehmen stieg von 31 auf 36 Prozent deutlich stärker an. Vor allem im Wirtschaftsbereich Möbel-Wohnambiente-Schmuck ist sowohl der Anteil der Handelsvertreter mit ausländischen Vertretungen von 79,3 Prozent als auch dessen Anstieg von 12 Prozentpunkten gegenüber dem Jahr 2022 überdurchschnittlich. Ebenso konnte im Baubereich und im Bereich Technik-Produktionsgrundstoffe ein leichter Zuwachs festgestellt werden.

Wörter der Meldung: 445

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.977

Über die Studie

Das IFH Köln führt in regelmäßigem Abstand von zwei Jahren in Zusammenarbeit mit der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e. V. die Erhebung und Auswertung der CDH-Statistik durch. Das Ergebnis ist die vorliegende Studie „Handelsvertreter in Deutschland – Zahlen – Daten – Fakten 2024“. Umsatz- und Ergebniszahlen sowie Kostenstrukturdaten beziehen sich auf die Jahre 2022 bis 2023. Insgesamt haben sich 836 Betriebe an der Untersuchung beteiligt.

Die vollständigen Ergebnisse der CDH-Statistik 2024 können zum Preis von 79 Euro bei der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH bezogen werden: <https://www.cdh-wdgmbh.de/produkt-kategorie/betriebswirtschaft/>

Mitglieder der CDH-Organisation können die komplette CDH-Statistik 2024 kostenfrei nach Anmeldung mit Benutzername und Kennwort von <https://cdh.de/cdh-statistik/> abrufen. Beides nennt Ihnen Ihr CDH-Wirtschaftsverband.

Über die CDH

CDH steht für „Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb“ (CDH) e. V. Als Spitzenverband repräsentiert die CDH mehr als 32.000 Handelsmittlerbetriebe aller Branchen. Zu unseren Mitgliedern gehören vor allem Handelsvertretungen. Das sind selbständige Unternehmen, die Produkte zwischen Industriebetrieben, zwischen Industrie und Handel oder zwischen Groß- und Einzelhandel vermitteln. Offen steht die CDH aber auch für andere Unternehmen, die selbständig im Vertrieb tätig sind. Den Wirtschaftsverbänden der CDH gehören ebenso Industrievertretungen, Handelsagenturen, Vertragshändler, Vertriebsingenieurbüros, Merchandiser etc. an. Mehr auf www.cdh.de

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de