

Inlandsnachfrage stark, Vertrieb boomt

CDH-Vertriebsbarometer Frühjahr 2012

Die traditionelle Konjunkturumfrage der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V., Berlin, wurde zum Vertriebsbarometer ausgebaut und in diesem Frühjahr erstmals als Online-Befragung durchgeführt, die allen CDH-Mitgliedern die Möglichkeit bot, ihre Einschätzung abzugeben. Neu ist, dass die Umfrage mehrmals im Jahr durchgeführt wird.

Mit dem Vertriebsbarometer schafft die CDH eine einzigartige Möglichkeit, die Konjunktur im Vertrieb kontinuierlich zu analysieren und einen Frühindikator für die weitere wirtschaftliche Entwicklung zu erhalten. 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. Insofern ist der Vertrieb ein guter Seismograph für wirtschaftliche Entwicklungen insgesamt.

Im Vertrieb boomt es gegenwärtig in vielen Branchen, dies zeigen die Ergebnisse des 1. Vertriebsbarometers im März 2012: 11,4% der Befragten bezeichnen ihre gegenwärtige Geschäftslage als sehr gut (Herbst 2011: 10,6%) und etwas über die Hälfte als gut (Herbst 2011: 45,6%). Befriedigend ist die Situation für fast 30%. Allerdings hat sich der Anteil der Befragten mit schlechter Geschäftslage gegenüber dem Herbst etwas erhöht (von 6,7% auf 8,7%).

Die Analyse einzelner Branchen zeigt, dass insbesondere die Branche Technik, die Nase vorn hat. 15,9% der Handelsvertretungen Technik bezeichnen ihre Lage als sehr gut, 57,6% als gut. Nur rund 4,0% befinden sich in einer schlechten Geschäftslage.

Im Bereich Bauwesen gaben 10,5% der Betriebe eine sehr gute Geschäftslage an, 58,2% nannten eine gute Geschäftslage. Nur 6,0% bezeichneten ihre Geschäftslage als schlecht.

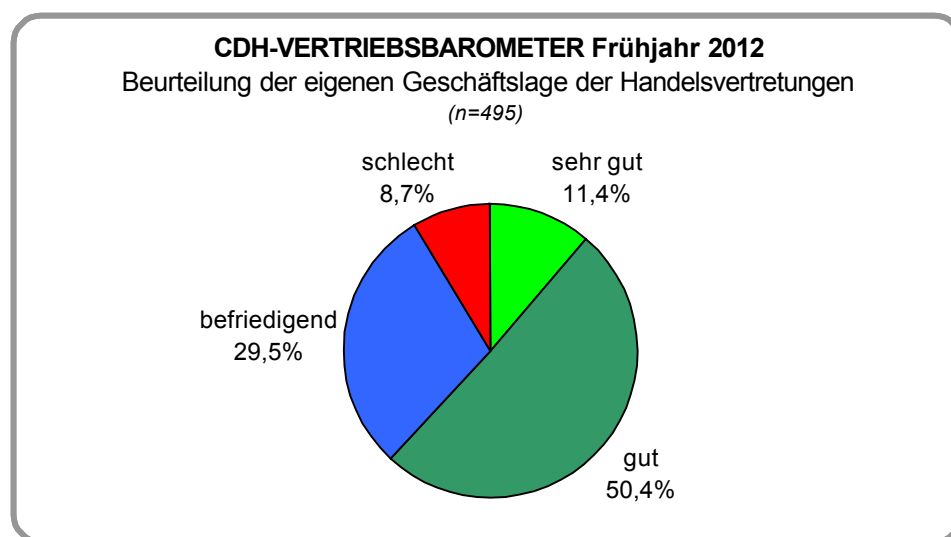
Sehr unterschiedlich ist die Geschäftslage der befragten Handelsvertretungen Medizinprodukte-Gesundheitswesen: Während 10,5 Prozent ihre Lage als sehr gut und

36,8% als gut einschätzen, liegt der Anteil der Handelsvertretungen mit schlechter Geschäftslage mit 15,8% deutlich über dem Gesamtdurchschnitt. Dies gilt auch für die Handelsvertretungen Wohnambiente: 15,6 Prozent bezeichnen ihre Geschäftslage als schlecht, mit 11,1% Nennungen „sehr gut“ liegen sie aber nur knapp unter dem Gesamtdurchschnitt. 44,4% konstatieren eine gute Geschäftslage.

Der Bereich Mode-Sport-Accessoires hat auch überdurchschnittlich viele Handelsvertretungen mit schlechter Geschäftslage (12,7%), fast die Hälfte bezeichnet aber ihre Lage als gut und 7,9% als sehr gut. 60,9% der Handelsvertretungen für Nahrungs- und Genussmittel gaben eine gute, 8,7% eine sehr gute Geschäftslage an. Nur 4,4% bezeichneten sie als schlecht.

Die Zukunftsperspektiven im Gesamt werden kurzfristig (bis zu 6 Monaten) unterschiedlich beurteilt. Die überwiegende Mehrheit (62,7%) erwartet keine Veränderungen, etwa ein Viertel der Befragten zeigt mehr Optimismus, nur ca. 12% sind pessimistisch. Langfristig sind die Erwartungen sogar für mehr als 36% positiv, ca. 35% erwarten keine Veränderung, allerdings sind ca. 27% langfristig pessimistischer gestimmt.

Die deutsche Wirtschaft ist trotz Eurokrise und schwieriger gesamtwirtschaftlicher Bedingungen nach wie vor gut aufgestellt. Die Ergebnisse des CDH-Vertriebsbarometers können das nur bestätigen.



Berlin, 11. April 2012

Diese Pressemeldung kann unter www.cdh.de/presse heruntergeladen werden.