



# **P R E S S E D I E N S T**

Pressemitteilung der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände  
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e.V.

---

## **Ausländische Unternehmen an deutschem Markt interessiert**

### **Handelsvertretungen als gesuchte Vertriebspartner**

---

Deutschland ist für viele ausländische Unternehmen nach wie vor ein attraktives Exportland mit erheblicher Kaufkraft, wenn auch schwierigen Märkten mit hoher Wettbewerbsintensität. Gerade deshalb brauchen diese oftmals kleinen und mittleren Unternehmen auf dem deutschen Markt einen kompetenten Vertriebspartner und entscheiden sich daher immer öfter für den Vertrieb mit Handelsvertretungen.

Die Anzahl der Handelsvertretungen mit ausländischen Vertretungen ist nach wie vor hoch, das zeigt die Attraktivität grenzüberschreitender Kontakte auch für den Vertrieb. Eine statistische Untersuchung der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin, im Jahre 2010 hat ergeben, dass fast 50 Prozent der Handelsvertretungen zumindest eine ausländische Vertretung haben. In einigen Wirtschaftsbereichen liegt der Anteil noch deutlich höher, z. B. im Bereich Mode-Sport-Accessoires (66 Prozent). Weniger ausländische Vertretungen haben dagegen die Handelsvertretungen in den Bereichen Bauwesen (39 Prozent) und Nahrungsmittel-Weine-Spirituosen (37 Prozent).

30,7 Prozent aller Vertretungen waren im Durchschnitt im Jahr 2010 ausländische Vertretungen, eine gegenüber den Jahren 2008 (26,6 Prozent) und 2006 (28,9 Prozent) leicht ansteigende Entwicklung. Am stärksten war der Anstieg des Anteils der ausländischen Vertretungen im Bereich Papier-Verpackung-Büro (von 15,3 Prozent 2006 auf 25,7 Prozent) und im Bereich Möbel-Wohnambiente-Schmuck (von 23,3 Prozent 2006 auf 32,5 Prozent).

Mit der Handelsvertretung hat das ausländische Unternehmen, einen kompetenten Geschäftspartner, der die entsprechende Branche kennt und die Wettbewerbssituation einschätzen kann. Um die Markteintrittsbarrieren zu überwin-

den, sind die in der Regel über Jahre hinaus gewachsenen Kundenbeziehungen, die dem ausländischen Lieferanten durch die Handelsvertretungen eröffnet werden, ganz wesentlich. Der gute Kundenkontakt ist ein Aktivposten, der besonders dann gerne genutzt wird, wenn neue Produkte in den Markt eingeführt werden sollen.

Darüber hinaus bieten die Handelsvertretungen ihren ausländischen Lieferanten neben der Kerntätigkeit, der Vermittlung von Waren, ein Paket an Dienstleistungen rund um den Vertrieb (z. B. Auslieferungslager, Musterlager, Repräsentation bei Messen und Ausstellungen, technischer Beratungsdienst, Schulung, Organisation und Durchführung von Logistikleistungen).

Berlin, 22.2.2011

*Diese Pressemeldung kann unter [www.cdh.de/presse](http://www.cdh.de/presse) heruntergeladen werden.*