



**Bundesfachabteilung Sportartikel
des
Fachverbandes Mode-Sport-Accessoires
der
Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände
für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH)**

**Vorsitzender des Fachverbandes:
Hans-Jörg Aichholz, Stuttgart
Tel.: 0711 – 76 38 42
Fax: 0711 – 76 56 340**

**Pressesprecher des Fachverbandes:
Werner Steiner, München
Tel.: 089 – 322 84 55
Fax: 089 – 322 85 66**

**Pressegespräch ispo winter 04
im „Bierstüberl“ des Messerrestaurants/Eingang West**

03. Februar 2004, 12:00 Uhr

Talfahrt gestoppt – Ergebnis der Konjunkturmfrage

Handelsvermittlung und elektronische Geschäftsabwicklung

Der Preis ist nicht immer geil!

Aichholz als Vorsitzender der Bundesfachabteilung Sportartikel des CDH-Fachverbandes Mode-Sport-Accessoires bestätigt

Anlage: CDH-Musterschauen Sportartikel 2004

Talfahrt gestoppt – Ergebnis der Konjunkturmfrage

Die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), Berlin hat auch im Herbst 2003 die nunmehr 34. Konjunkturmfrage bei Mitgliedsbetrieben durchgeführt. Die Ergebnisse der Herbst-Konjunkturmfrage bestätigen das Ergebnis der Umfrage im Frühjahr 2003.

Bereits im Frühjahr hatte sich eine leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Lage der Handelsvertretungen gegenüber dem Vorjahr angedeutet. Da die Ergebnisse der Herbst-Konjunkturmfrage wenig von denen der Frühjahrsumfrage abweichen, ist davon auszugehen, dass die Talfahrt gestoppt ist und sich die konjunkturelle Lage auf diesem Niveau in etwa stabilisiert.

Die Anzahl der Befragten, die ihre Geschäftslage als sehr gut bezeichnen, hat sich zwar – auf niedrigem Niveau - halbiert (von 1,6 Prozent auf 0,8 Prozent), gleichzeitig ist aber die Anzahl der Befragten mit guter Geschäftslage von 16 Prozent auf fast 19 Prozent angestiegen. Leicht rückläufig sind auch die Nennungen „schlechte Geschäftslage“ (von 37,3 Prozent auf 34,4 Prozent). In etwa unverändert ist in diesem Herbst der Anteil der Handelsvertretungen mit befriedigender Geschäftslage (46,0 Prozent).

Im Hinblick auf die weitere Entwicklung sind die CDH-Mitglieder gegenwärtig deutlich optimistischer als noch im Frühjahr. Fast 20 Prozent glauben, dass sich die wirtschaftliche Lage kurzfristig verbessern wird. Keine großen Veränderungen erwarten 46,0 Prozent. Der Anteil der Befragten, der von einer Verschlechterung der Situation ausgeht, ist vom Frühjahr zum Herbst deutlich zurückgegangen (von 41 Prozent auf 27 Prozent).

Bei den langfristigen Perspektiven hat sich nicht allzu viel verändert. Auch in diesem Punkt ist der Anteil der Optimisten etwas angestiegen (von 33,5 Prozent auf 38,0 Prozent). Gegenüber dem Frühjahr nahezu gleich geblieben ist der Anteil der CDH-Mitglieder, die langfristig keine Veränderungen erwarten (25,0 Prozent) und die, die eine Verschlechterung befürchten (22,0 Prozent).

-

Handelsvermittlung und elektronische Geschäftsabwicklung

„Anders als weitläufig angenommen beeinflusst die elektronische Geschäftsabwicklung das Berufsbild des Handelsvertreters nur minimal. Sie stellt kein existenzielles Problem für die Handelsvermittlung dar“, entkräftet Aichholz das Vorurteil, dass die elektronische Geschäftsabwicklung zwischen vertretenen Unternehmen und Kunden das Berufsbild des Handelsvertreters erheblich beeinflusst, „Die Handelsvermittlung hat es vielfach verstanden, sich mit dem eigenen Geschäftsablauf in dieses Verfahren zu integrieren.“

Da die elektronische Geschäftsabwicklung überwiegend zwischen dem vertretenen Unternehmen und dem Kunden stattfindet, ist sie nur eine ergänzende Teilbetrachtung zu der Tätigkeit der Handelsvertretung. *„Die Handelsvermittlung kann sich schon aufgrund ihrer Position zwischen vertretenen Unternehmen (Produktion) und gewerblichem Abnehmer dieser Entwicklung nicht entziehen“,* so Aichholz. Vielmehr nutzen die Handelsvertretungen ihrerseits das Internet zu ihren Gunsten. *„Neben den herkömmlichen Wegen bietet das Internet eine neue und innovative Möglichkeit, den Kunden anzusprechen und sich und sein Sortiment zu präsentieren. Daher verfügen mittlerweile rund 75% aller Handelsvermittlungen über einen Internetauftritt.“*

In einem Zeitalter der Internationalisierung der Märkte, in dem nicht mehr nur große, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen weltweit operieren, hängt die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auch von dem Faktor „Zeit“ ab. Die elektronische Geschäftsabwicklung ist eine Zeitersparnis, weil sie nicht nur die örtliche sondern auch die zeitliche Distanz zwischen den Geschäftspartnern überbrückt. *„Berücksichtigt man, dass derzeit 42% aller inländischen Handelsvertretungen ausländische Unternehmen vertreten, liegt es auf der Hand, dass sich die Handelsvertretungen dem E-Commerce nicht verschließen können. Jedoch ändert all das nichts an der Stärke der Handelsvertretung. Die ist nach wie vor ihre Marktkenntnis, ihre Marktdurchdringung, ihre Beratungsleistung, ihr Potenzial zur Problemlösung und ihre Präsenz vor Ort. All das kann das Internet nicht ersetzen“,* erklärt Aichholz abschließend.

-

Der Preis ist nicht immer geil!

Wie in vielen Branchen kommt auch in der Sportartikelbranche der Druck aus vielen Richtungen. Immer öfter bieten Lidl, Aldi und ähnliche Discounter neben ihren Lebensmitteln Sportbekleidung und –artikel als sogenannte Aktionsware an. Bestimmte Artikel sind für eine kurze Zeit zu einem niedrigen Preis zu erhalten. Anders als bei einem Fachgeschäft akzeptiert der Kunde hier, dass die Ware nur solange verfügbar ist, solange der Vorrat reicht. *„Durch dieses Verhalten schwächt der Kunde nicht nur den Fach- bzw. Einzelhandel, sondern auch die Handelsvertretungen“,* so Aichholz, *„Denn die Handelsvertretung berät ihrerseits den Fachhandel hinsichtlich verschiedener Sportartikel und vermittelt an diesen die Ware des vertretenen Unternehmens. Wird der Fachhandel durch den Kunden weniger in Anspruch genommen, wirkt sich das auf die gesamte Vertriebskette aus.“*

Hinzu kommt, dass der Kunde eines Fachgeschäftes bemüht ist, möglichst reduzierte Ware zu kaufen. Beispielsweise beginnen die Einzelhändler schon oft im November damit, die Winterartikel um 30% zu reduzieren. Bis der Abverkauf - meistens wegen des Wetters erst im Januar - beginnt, liegen die Preise bei 50% des ursprünglichen Verkaufspreises. Dem Verkauf der reduzierten Ware steht die Kostenkalkulation des Fachhandels gegenüber. Oft kann nicht mehr kostendeckend gearbeitet werden und der Fachhandel verschwindet mehr und mehr von der Bildfläche. *„Das Schicksal der Handelsvertretungen im Sportartikelbereich ist eng an das des Fach- bzw. Einzelhandels geknüpft. Entscheidet sich der Kunde gegen einen Kauf in einem Fachgeschäft, entscheidet er sich nicht nur gegen die Handelsvertretung, sondern auch gegen eine fachgerechte und persönliche Beratung“,* führt Aichholz weiter aus, *„Darüber hinaus gibt der Kunde seine Individualität auf, wenn er markenlose Massenartikel kauft.“* Der Handel kann sich gegenüber den Discountern hauptsächlich durch Mode und Beratung absetzen. *„Der Kunde unterschätzt oft die Risiken, wenn er Sportartikel bei Discountern kauft. Gerade bei Sportartikeln ist es wichtig, dass diese individuellen Bedürfnissen entsprechen, nicht zuletzt um Gesundheitsbeeinträchtigungen und Unfälle zu vermeiden. Individuelle Ansprüche können aber nur im Verlauf eines Beratungsgesprächs mit dem Fachmann herausgearbeitet werden“,* so Aichholz abschließend, *„Außerdem unterschätzt der Kunde wie wichtig der Service des Fach- und Einzelhändlers vor, während und nach dem Kauf ist. Deckungsgleich zu dem Service, den der*

Fach- und Einzelhandel dem Kunden bietet, ist der Service der Handelsvertretung gegenüber dem Fach- und Einzelhandel.“

-

Aichholz als Vorsitzender der Bundesfachabteilung des CDH-Fachverbandes Mode-Sport-Accessoires bestätigt

Im Verlauf der Delegiertensitzung, die im November 2003 in Köln stattfand, wurde der neue Vorstand des CDH-Fachverbandes Mode-Sport-Accessoires gewählt.

Der Vorstand setzt sich aus einem Vorsitzenden und den Vorstandsmitgliedern für die einzelnen Bundesfachabteilungen zusammen.

Die Delegierten wählten Hans-Jörg Aichholz wieder und bestätigten ihn somit in seinem Amt als Vorsitzenden der Bundesfachabteilung Sportartikel.

Diese Presseinformation ist ab Dienstag, den 3. Februar 2004, herunterzuladen unter der Internet-Adresse der CDH: www.cdh.de.