

PRESSEMITTEILUNG

Mittelstand: Stärkung der lokalen Standorte ist Topthema 2015

Frankfurt/Berlin, 26. Januar 2015: Die Stärkung des stationären Handels und Handwerks steht im Mittelstand ganz oben auf der Agenda. Fast jede dritte Kooperation sieht dies als größte Herausforderung für das Jahr 2015. Das zeigt die aktuelle Konjunkturumfrage von DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV und dem Wirtschaftsmagazin Der Handel (Deutscher Fachverlag).

Zum Jahreswechsel blicken die deutschen Mittelstandskooperationen auf ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr 2014 zurück. Über 80 Prozent der deutschen Verbundgruppen haben das Jahr mit steigenden oder gleichbleibenden Umsätzen abgeschlossen. Ihre Erträge konnten 38 Prozent der Unternehmen steigern. Allerdings hat sich die Stimmung im Laufe des Jahres verschlechtert. Während zu Beginn des Jahres nur 11 Prozent der Befragten Umsatzeinbußen hinnehmen mussten, meldeten im vierten Quartal schon 17 Prozent rückläufige Umsätze.

Hinsichtlich der kommenden Geschäftsentwicklung zeigen sich die mittelständischen Kooperationen dementsprechend auch nur vorsichtig optimistisch. 40 Prozent erwarten gleichbleibende Umsätze, 9 Prozent rechnen mit einem Umsatzrückgang.

Die größte Herausforderung sehen die Unternehmen in der Stärkung der lokalen Standorte ihrer Anschluss Häuser. „Der Erfolg des Mittelstandes im Jahr 2015 wird davon abhängen, dass er seine Vorzüge und seine gesellschaftliche Bedeutung für die Regionen in unserem Land der Öffentlichkeit klar macht“, erklärt der Präsident des MITTELSTANDSVERBUNDES, Wilfried Hollmann. „Für den Spitzenverband des kooperierenden Mittelstandes steht die Stärkung des lokalen Handels und Handwerks in diesem Jahr im Fokus aller Anstrengungen“, so Hollmann. Zu diesem Zweck unterstützt DER MITTELSTANDSVERBUND seit Mitte des vergangenen Jahres die händler-eigene Initiative BUY LOCAL.

An der Konjunkturumfrage haben sich 77 Kooperationszentralen aus 17 Branchen beteiligt. Die Erhebung wird regelmäßig von DER MITTELSTANDSVERBUND und Der Handel durchgeführt und bietet ein repräsentatives Bild der Geschäftslage in den Verbundgruppen des MITTELSTANDSVERBUNDES. Zu diesen zählen rund 320 Einkaufs-, Marketing- und Dienstleistungskooperationen wie beispielsweise, Edeka, Rewe, Intersport, Expert, hagebau und BÄKO.

Die vollständigen Umfrageergebnisse sind unter www.mittelstandsverbund.de abrufbar.



1.741 Zeichen (inkl. Leerzeichen), zum Abdruck freigegeben.

Anlage:

Bild: Wilfried Hollmann, Präsident des MITTELSTANDSVERBUNDES

DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e.V. vertritt als Spitzenverband der Deutschen Wirtschaft in Berlin und Brüssel die Interessen von ca. 230.000 mittelständischen Unternehmen, die in rund 320 Verbundgruppen organisiert sind. Die kooperierenden Mittelständler erwirtschaften mit 2,5 Mio. Vollzeitbeschäftigten einen Umsatz von mehr als 490 Mrd. Euro (rund 18 Prozent des BIP) und bieten 440.000 Ausbildungsplätze. Einzelne Verbundgruppen treten unter einer Marke auf, z. B. EDEKA, REWE, INTERSPORT, EP: ElectronicPartner, Expert, hagebau und BÄKO. Alle fördern ihre Mitglieder durch eine Vielzahl von Angeboten wie etwa Einkaufsverhandlungen, Logistik, IT, Finanzdienstleistungen, Beratung, Marketing, Ladeneinrichtung und Trendforschung.

Ansprechpartnerin:

Michaela Helmrich (Pressesprecherin)

Telefon: +49 (0) 30/ 59 00 99 661, E-Mail: m.helmrich@mittelstandsverbund.de