



Konjunkturmfrage

*für den Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) in Zusammenarbeit mit der
European Promotional Products Association (EPPA)*

Mai 2010



Konjunkturumfrage

*für den Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) in
Zusammenarbeit mit der European Promotional Products Association (EPPA)*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



Inhalt der Umfrage

1. Strukturmerkmale des Unternehmens

- ▶ Art des Unternehmens
- ▶ Beschäftigte
- ▶ Umsatz

2. Geschäftslage und -erwartungen

- ▶ Gegenwärtige Geschäftslage
- ▶ Geschäftsentwicklung in den nächsten 6 Monaten

3. Umsatzentwicklung

- ▶ Gesamtumsatz
- ▶ Inlandsumsatz
- ▶ Exportumsatz

4. Umsatzprognose

- ▶ Gesamtumsatz
- ▶ Inlandsumsatz
- ▶ Exportumsatz

5. Betriebliche Anpassungen

- ▶ Personalstand
- ▶ Investitionen
- ▶ Produktion
- ▶ Exportgeschäft
- ▶ Importgeschäft



Strukturmerkmale des Unternehmens

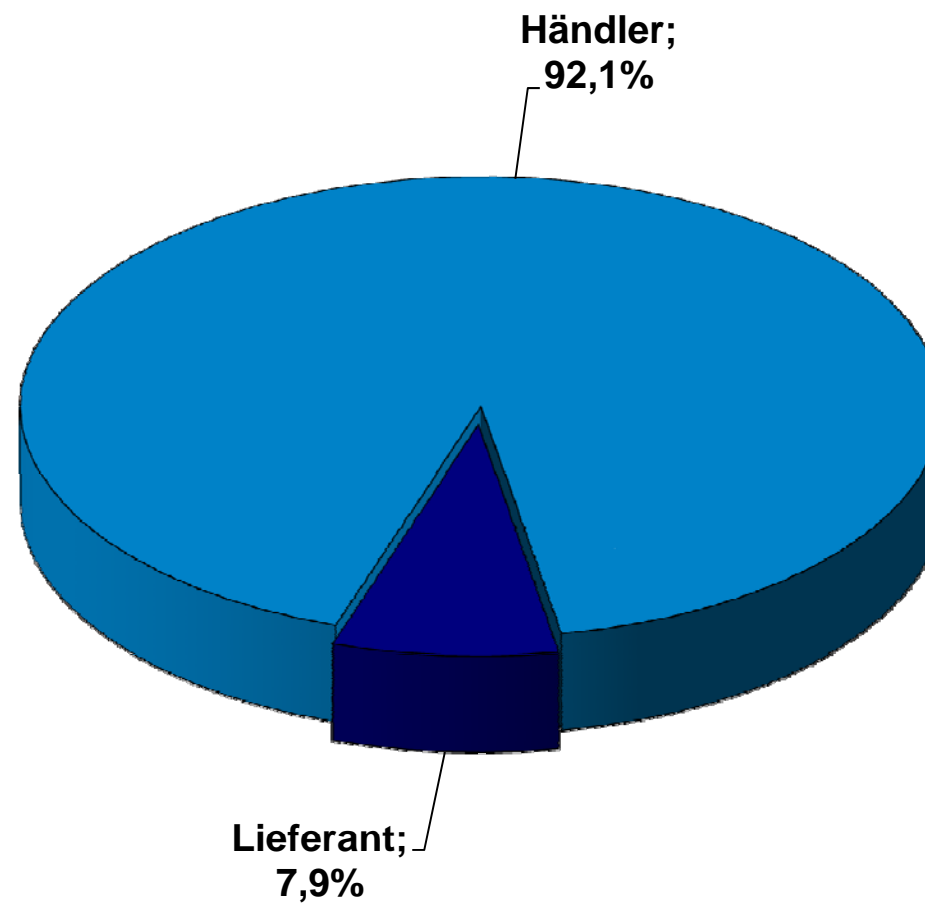
Strukturmerkmale des Unternehmens: Art des Unternehmens



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



■ Lieferant ■ Händler



n = 63

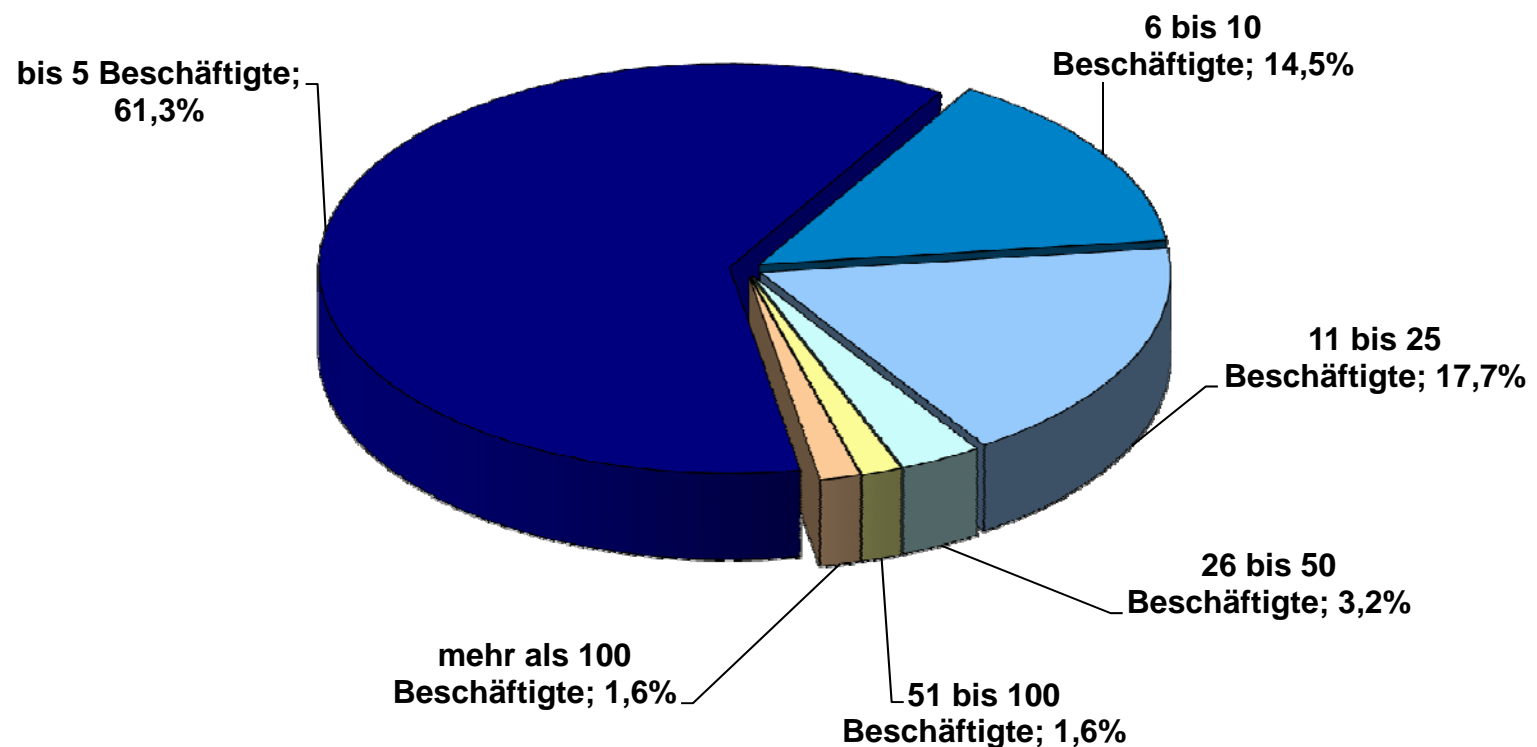
Strukturmerkmale des Unternehmens: Beschäftigte (in Vollzeitstellen)



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| ■ bis 5 Beschäftigte | ■ 6 bis 10 Beschäftigte |
| ■ 11 bis 25 Beschäftigte | ■ 26 bis 50 Beschäftigte |
| ■ 51 bis 100 Beschäftigte | ■ mehr als 100 Beschäftigte |



n = 62

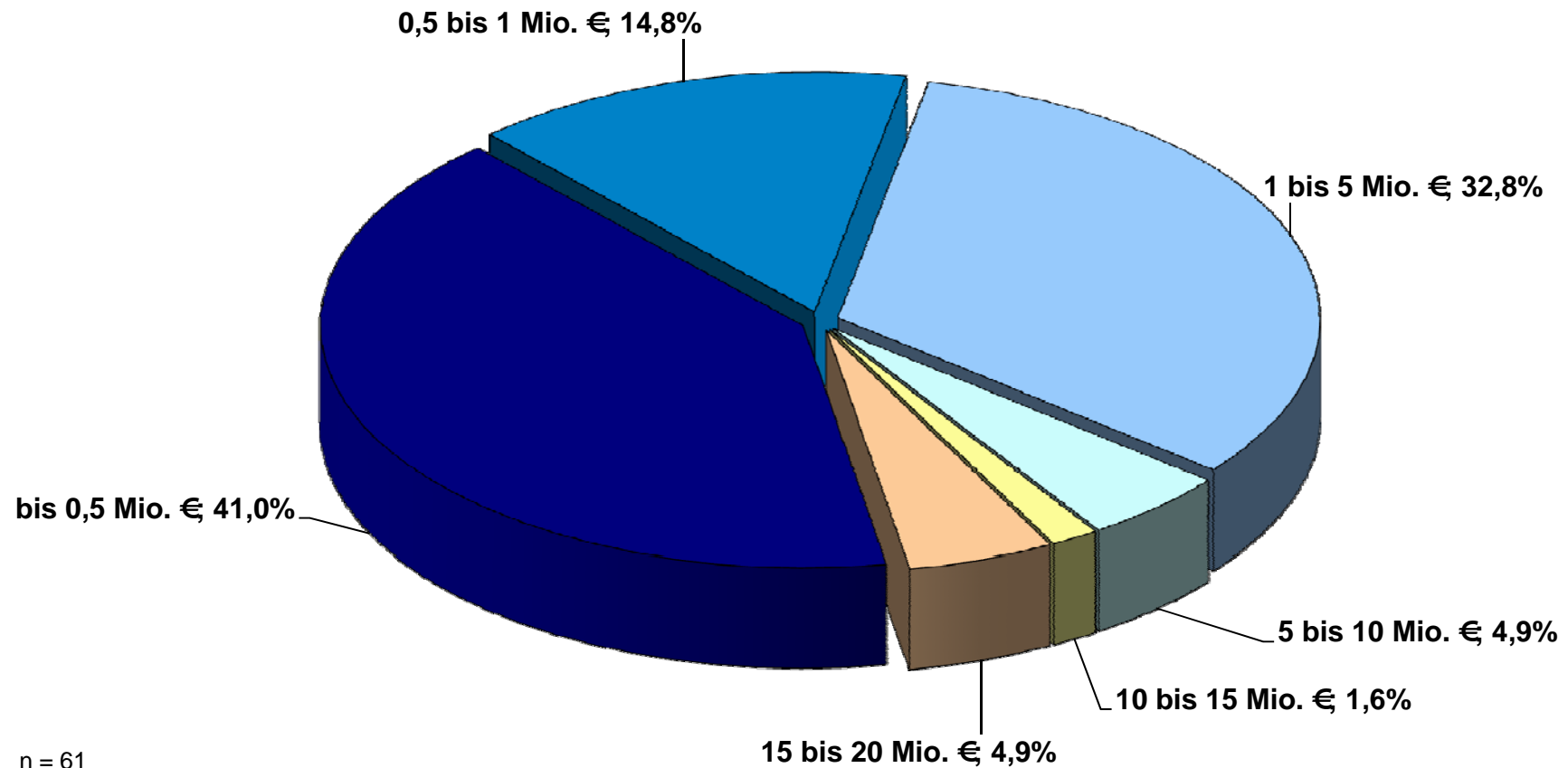
Strukturmerkmale des Unternehmens: Umsatz (netto)



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



■ bis 0,5 Mio. €	■ 0,5 bis 1 Mio. €	■ 1 bis 5 Mio. €
■ 5 bis 10 Mio. €	■ 10 bis 15 Mio. €	■ 15 bis 20 Mio. €





Geschäftslage und -erwartungen

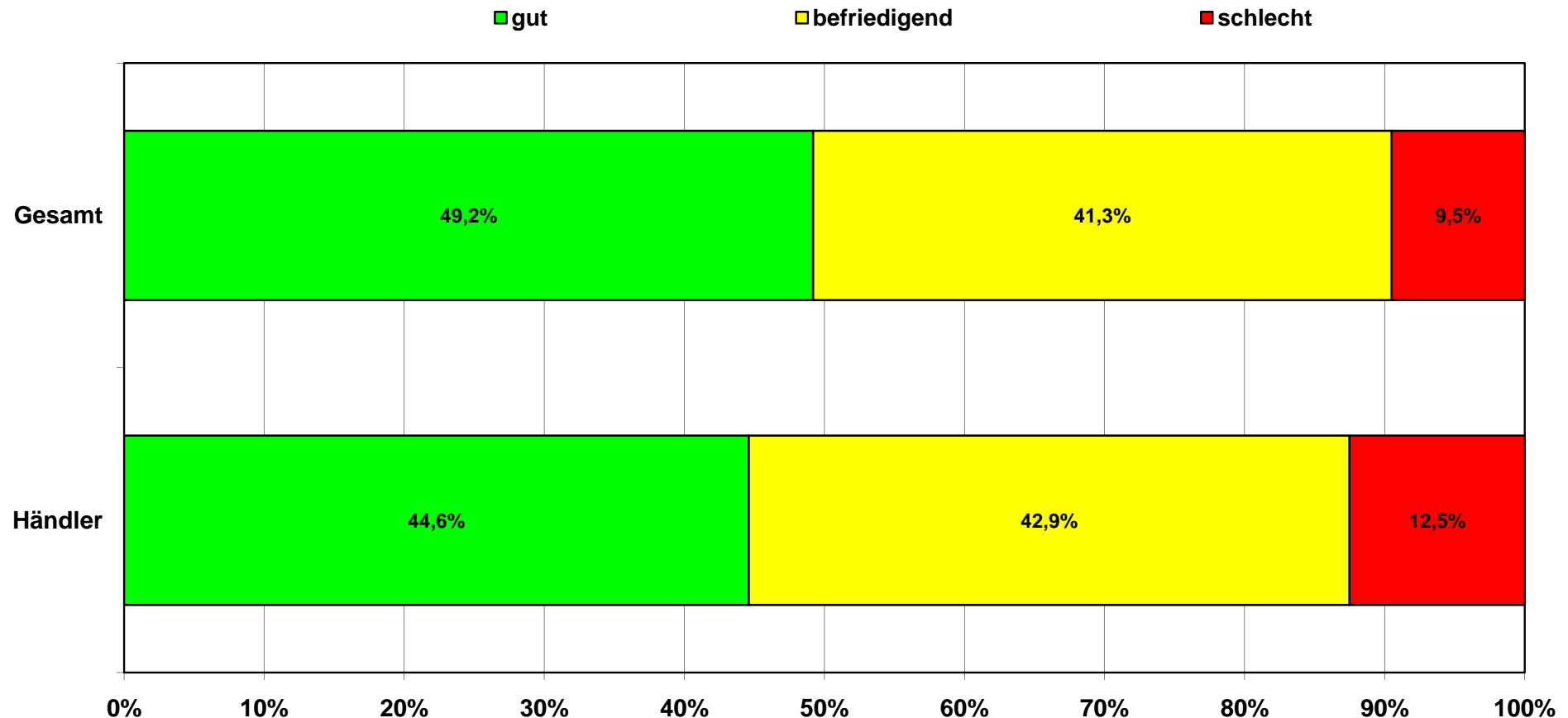
Geschäftslage

Geschäftslage und -erwartungen:

Wie beurteilt Ihr Unternehmen seine gegenwärtige Geschäftslage?



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



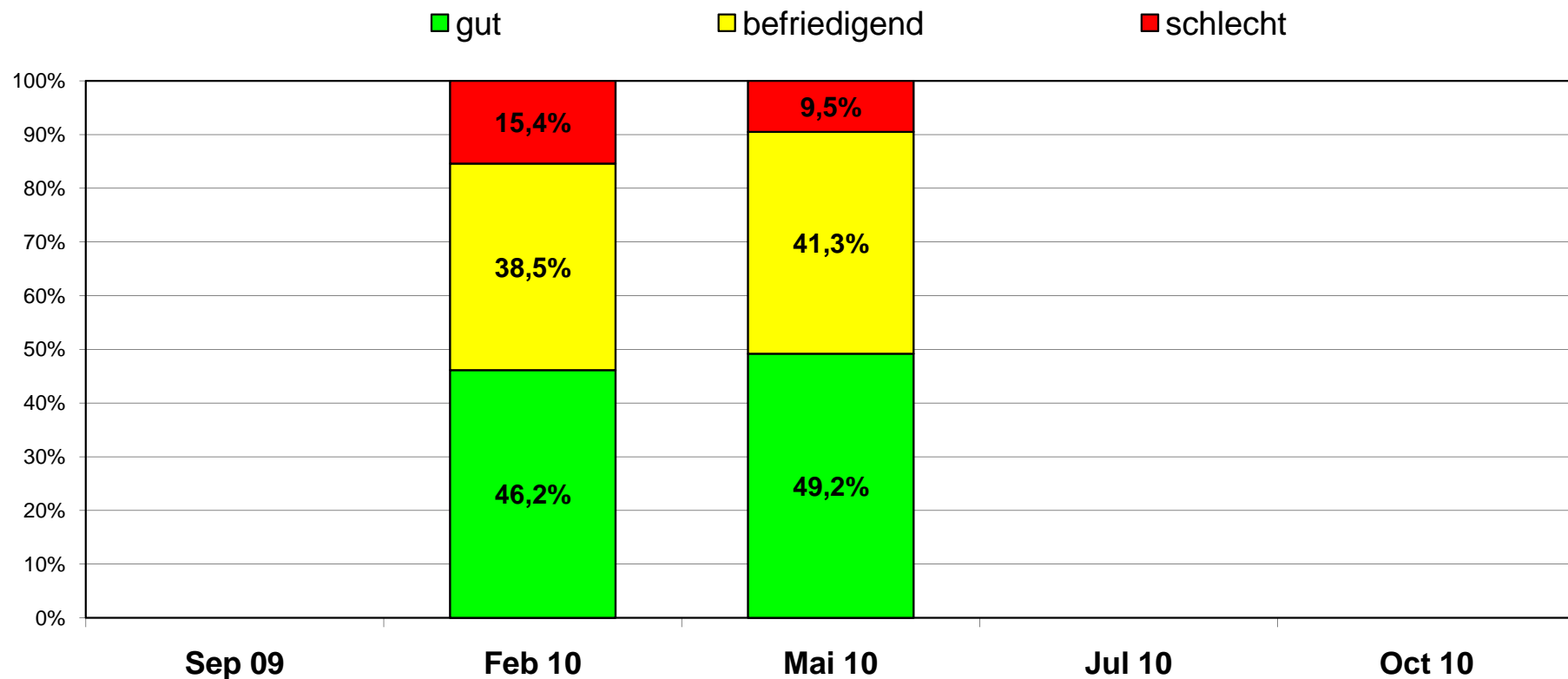
60 <= n <= 65

Geschäftslage und -erwartungen:

Wie beurteilt Ihr Unternehmen seine gegenwärtige Geschäftslage? *Gesamt*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



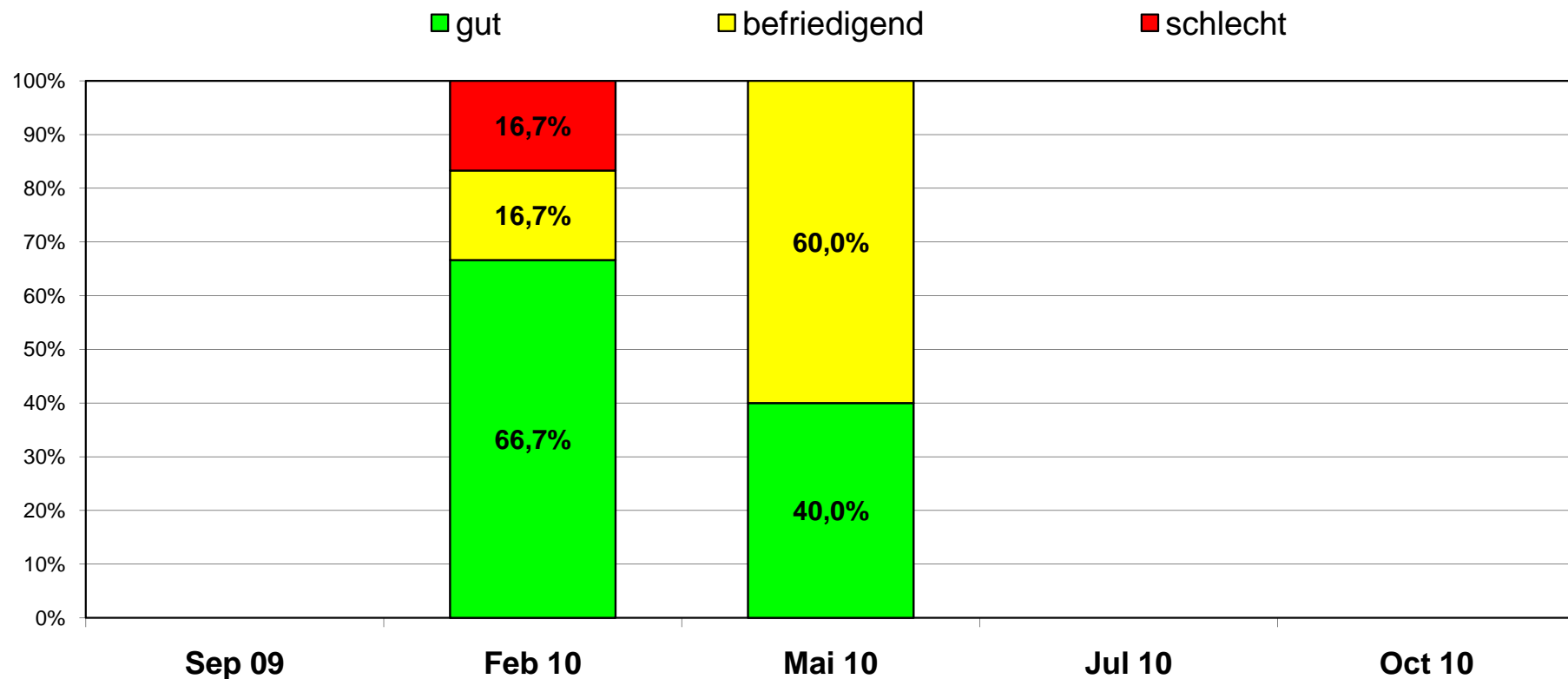
n = 63

Geschäftslage und -erwartungen:

Wie beurteilt Ihr Unternehmen seine gegenwärtige Geschäftslage? *Lieferant*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



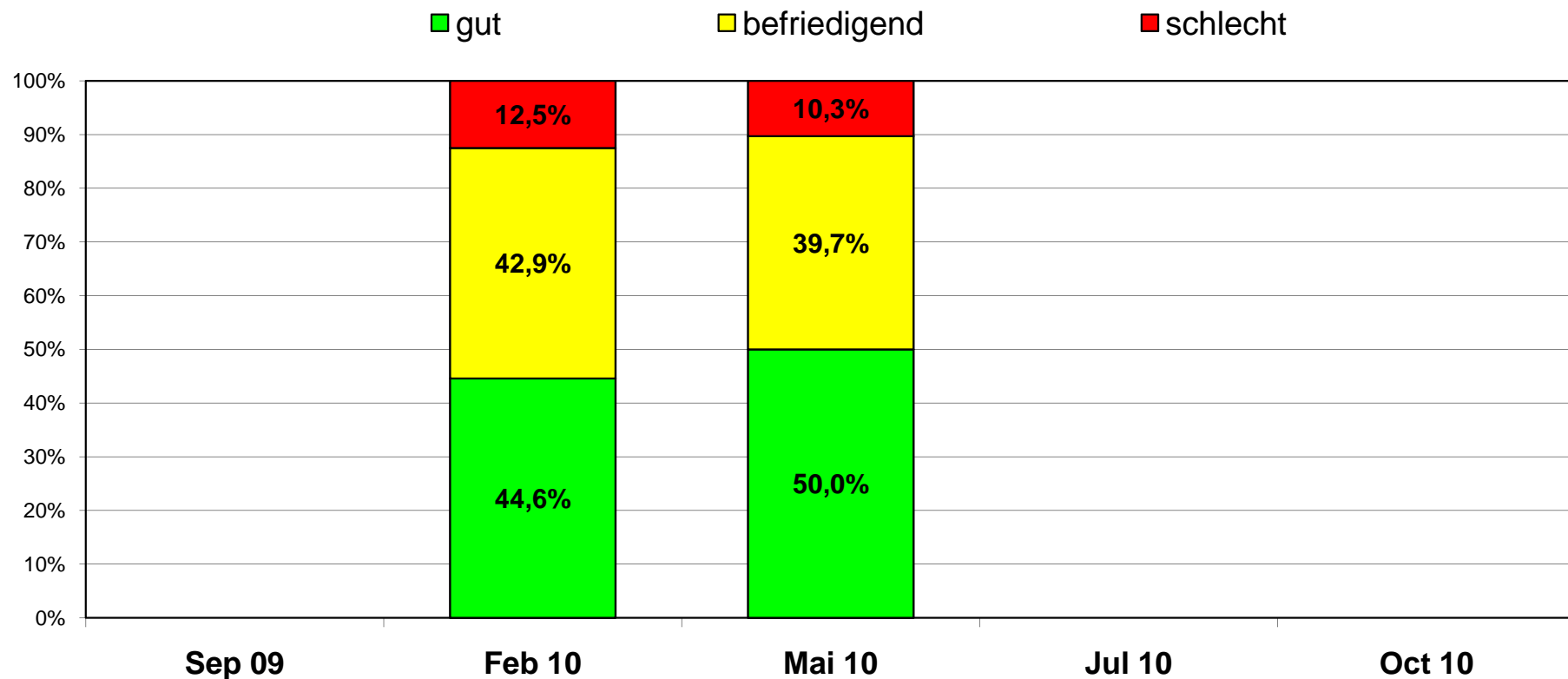
n = 5

Geschäftslage und -erwartungen:

Wie beurteilt Ihr Unternehmen seine gegenwärtige Geschäftslage? *Händler*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



n = 58



Geschäftslage und -erwartungen

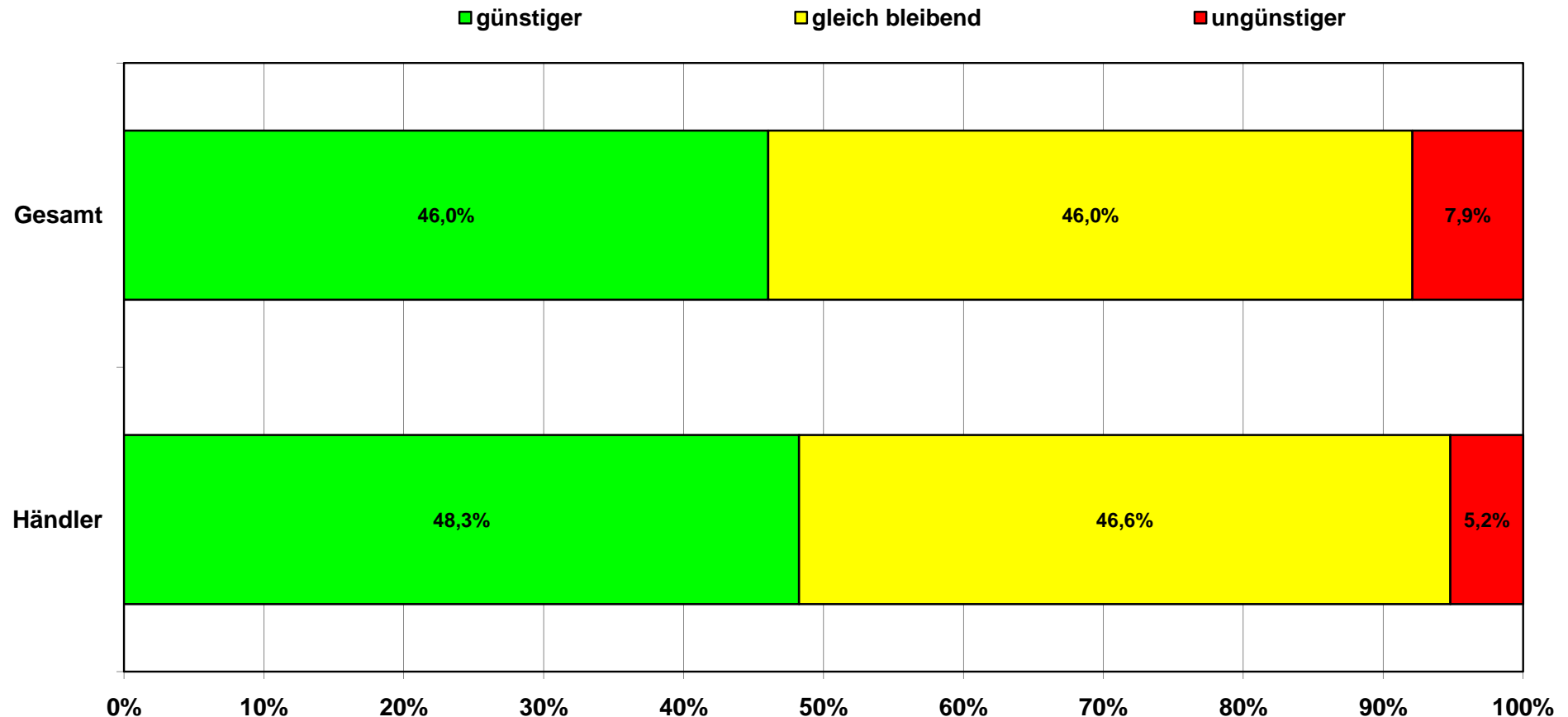
Geschäftserwartungen

Geschäftslage und -erwartungen:

Mit welcher Geschäftsentwicklung rechnet Ihr Unternehmen in den nächsten 6 Monaten im Vergleich zum gegenwärtigen Zeitpunkt?



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



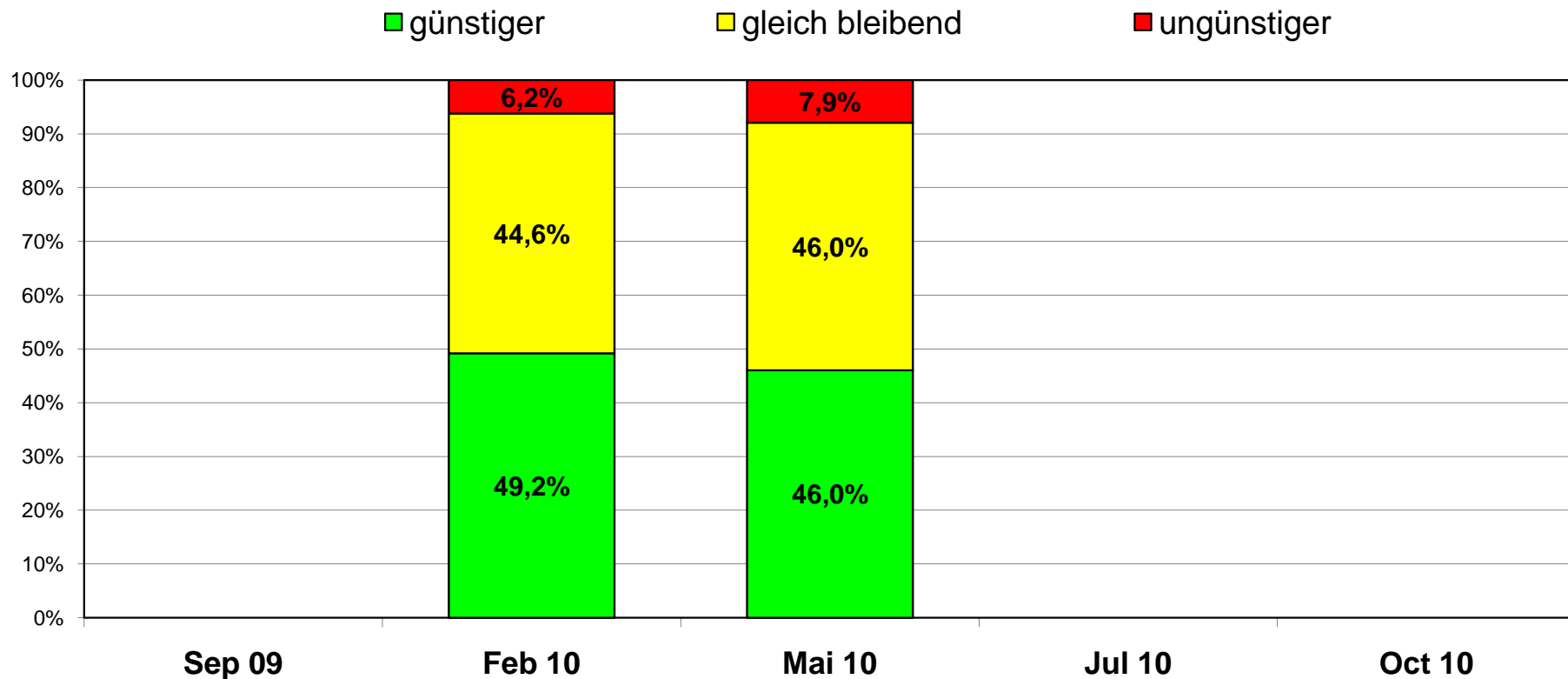
58 <= n <= 65

Geschäftslage und -erwartungen:

Mit welcher Geschäftsentwicklung rechnet Ihr Unternehmen in den nächsten 6 Monaten im Vergleich zum gegenwärtigen Zeitpunkt? **Gesamt**



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



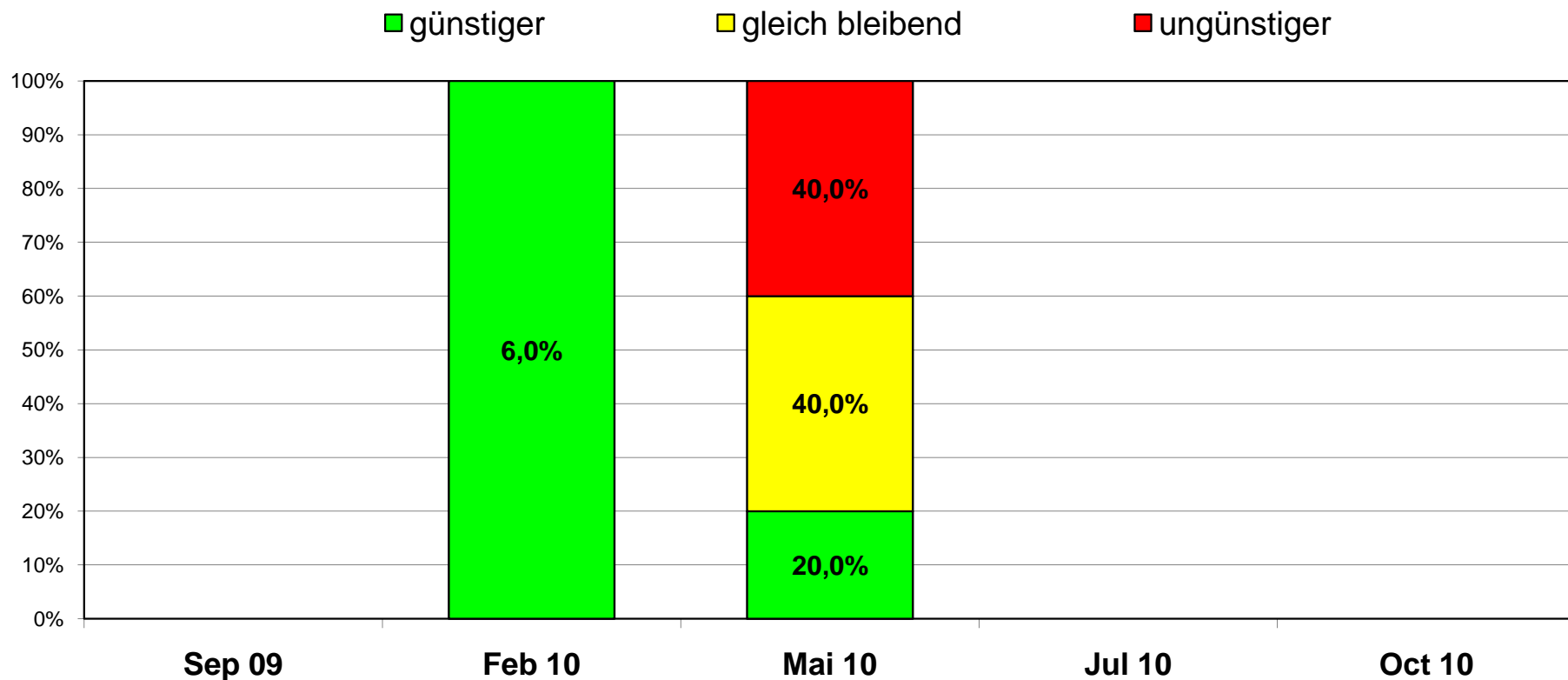
n = 63

Geschäftslage und -erwartungen:

Mit welcher Geschäftsentwicklung rechnet Ihr Unternehmen in den nächsten 6 Monaten im Vergleich zum gegenwärtigen Zeitpunkt? *Lieferant*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



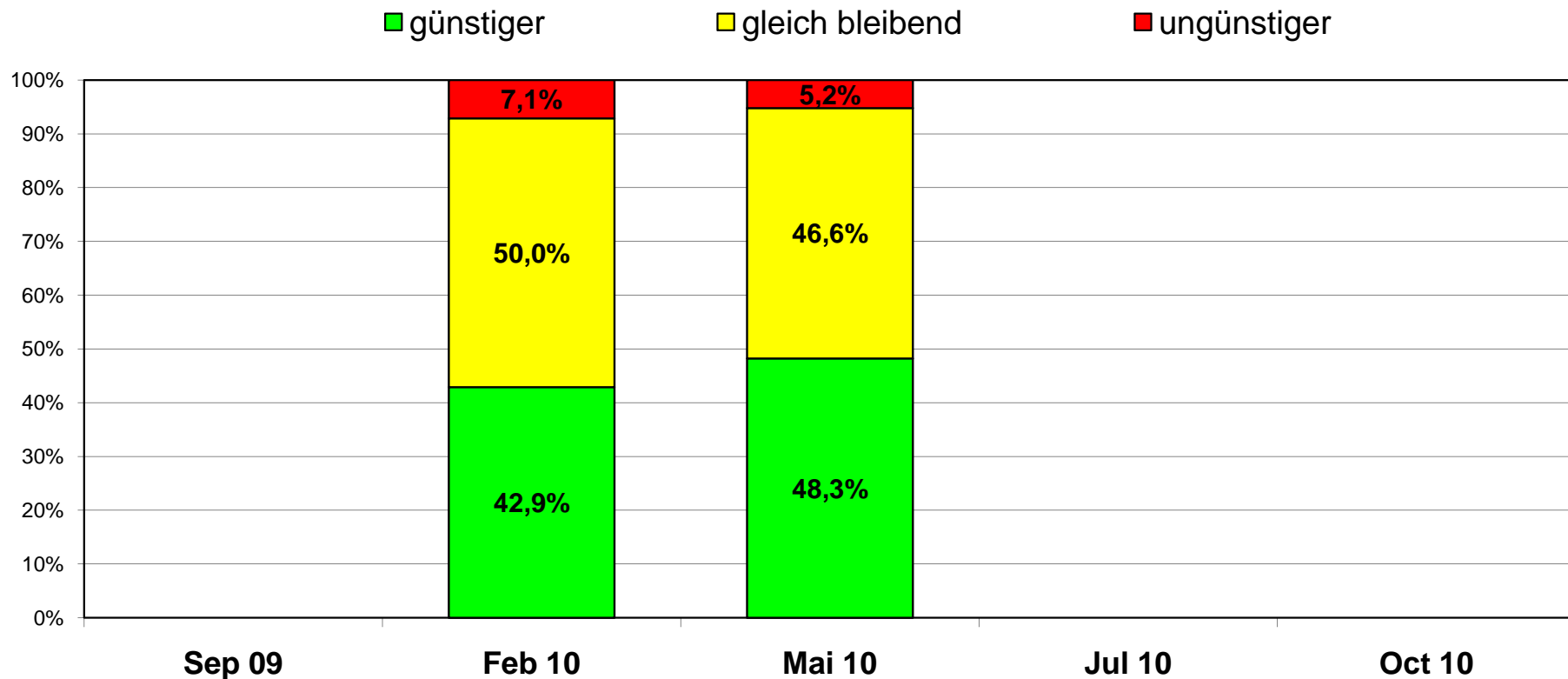
n = 5

Geschäftslage und -erwartungen:

Mit welcher Geschäftsentwicklung rechnet Ihr Unternehmen in den nächsten 6 Monaten im Vergleich zum gegenwärtigen Zeitpunkt? *Händler*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



n = 58



Umsatzentwicklung

Umsatzentwicklung:

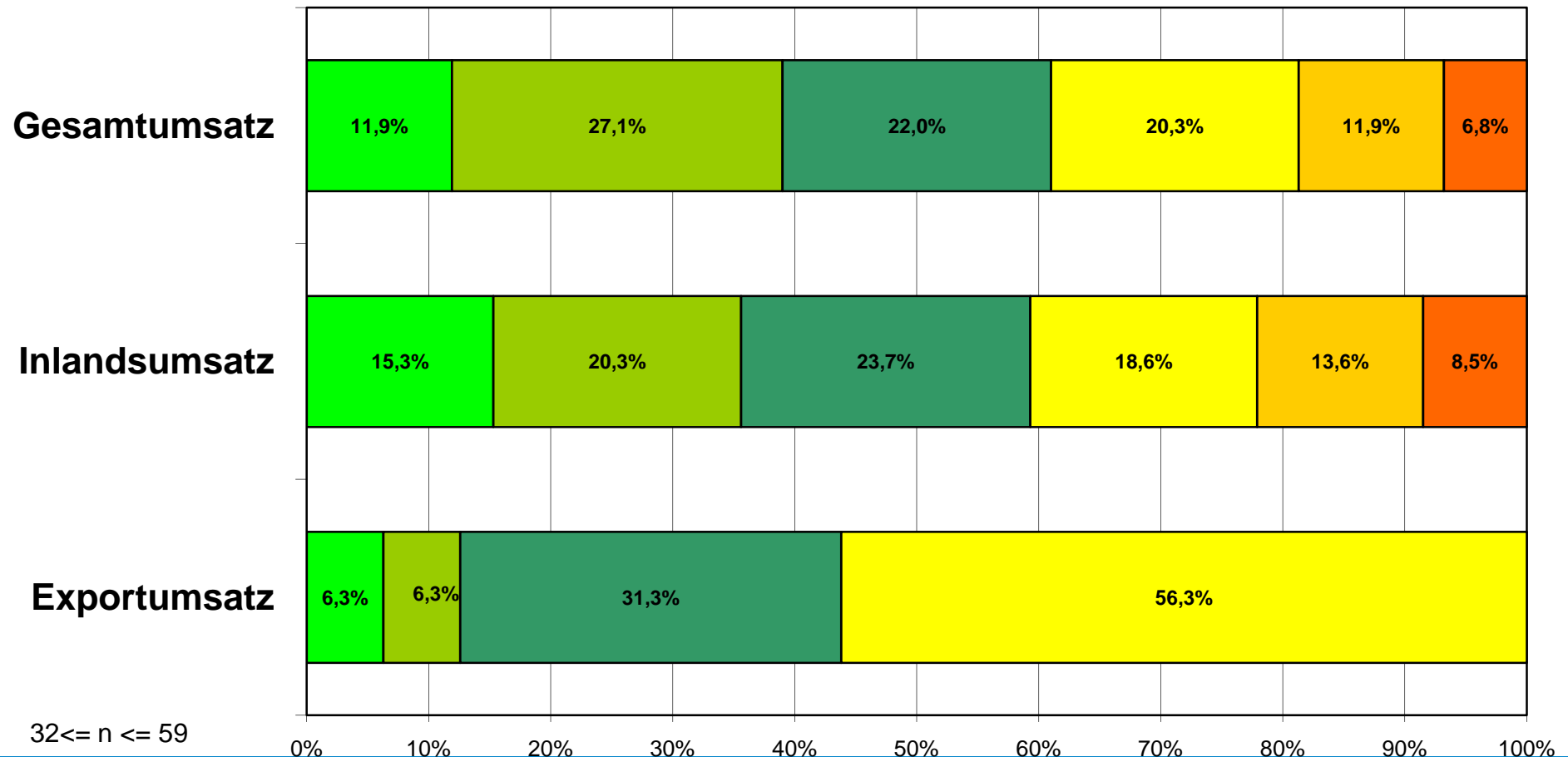
Welche Umsatzentwicklung verzeichnete Ihr Unternehmen im ersten Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009?



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %



Umsatzentwicklung:

Welche Umsatzentwicklung verzeichnete Ihr Unternehmen im ersten Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009? **Gesamtumsatz**

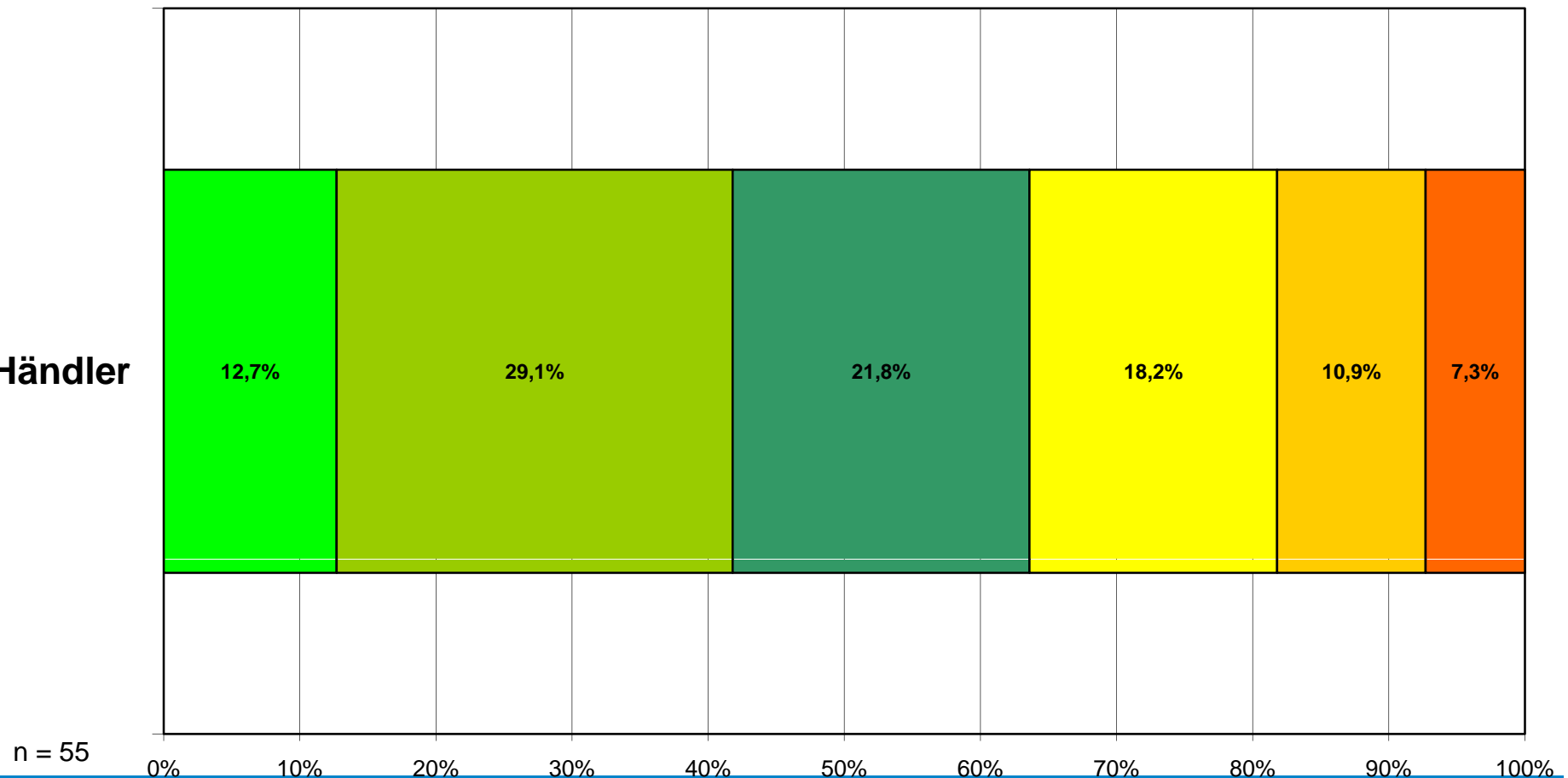


INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler



Umsatzentwicklung:

Welche Umsatzentwicklung verzeichnete Ihr Unternehmen im ersten Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009? *Inlandsumsatz*



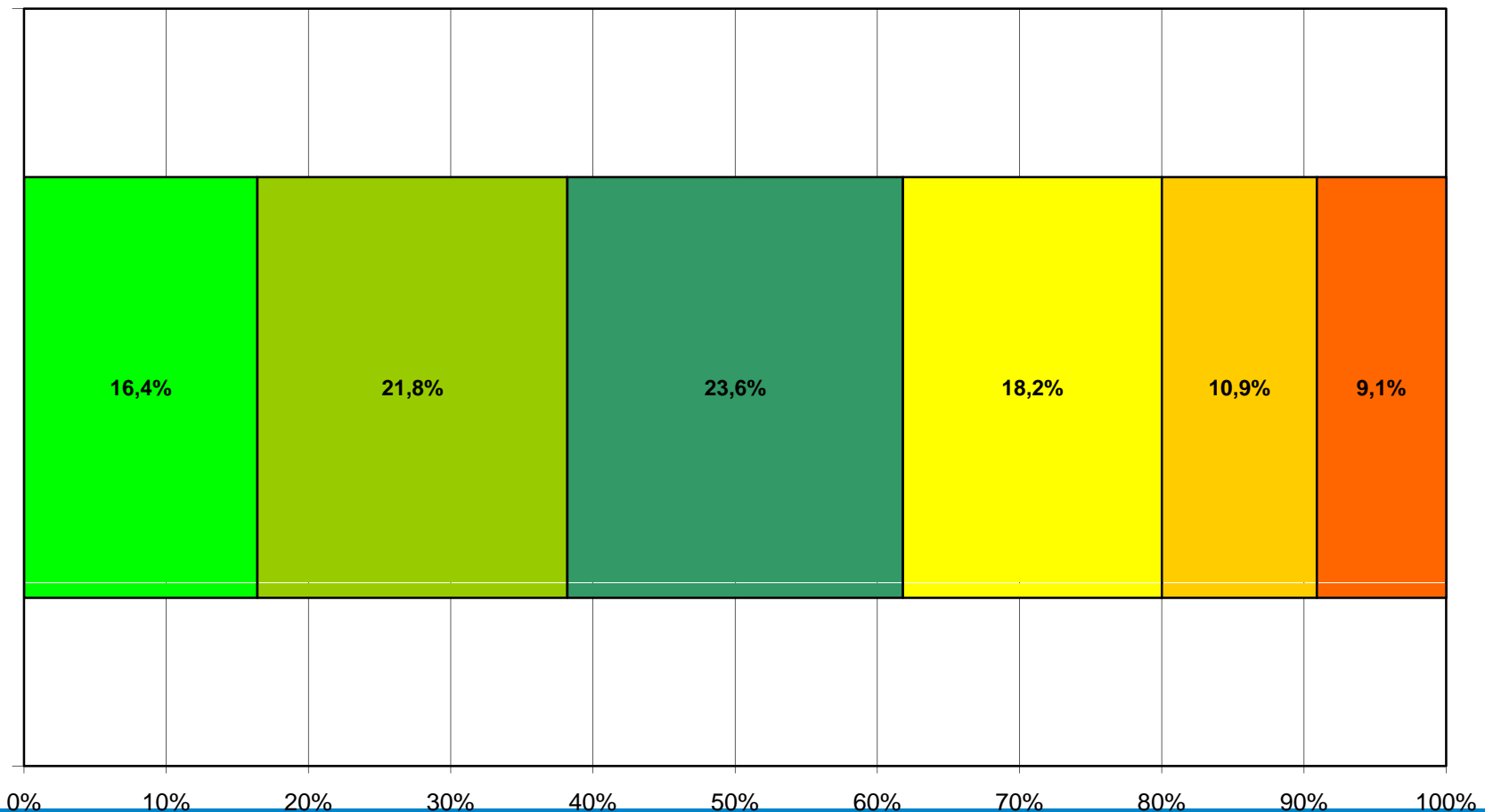
INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler

n = 55



Umsatzentwicklung:

Welche Umsatzentwicklung verzeichnete Ihr Unternehmen im ersten Quartal 2010 im Vergleich zum ersten Quartal 2009? *Exportumsatz*

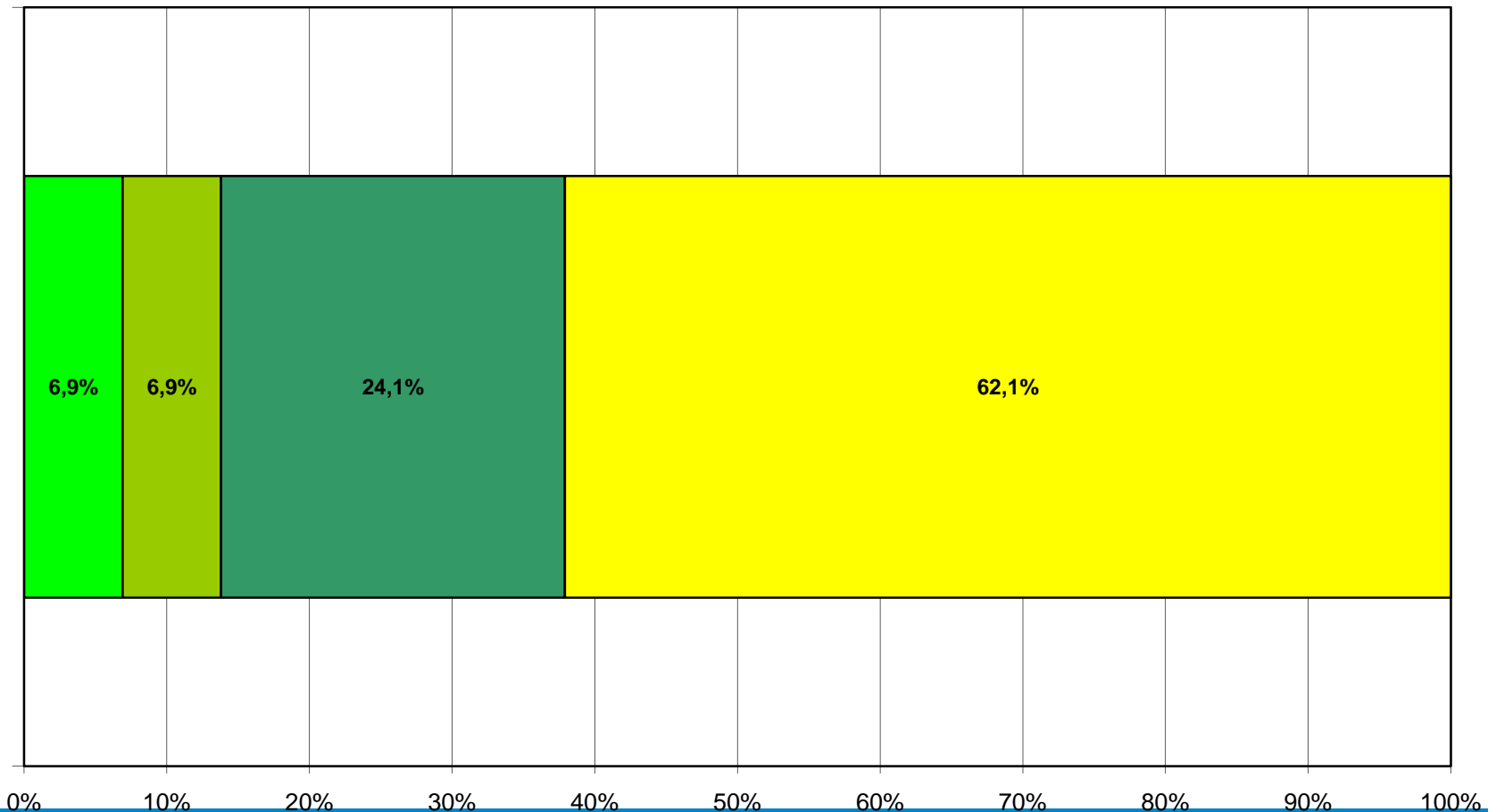


INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler





Umsatzprognose

Umsatzprognose:

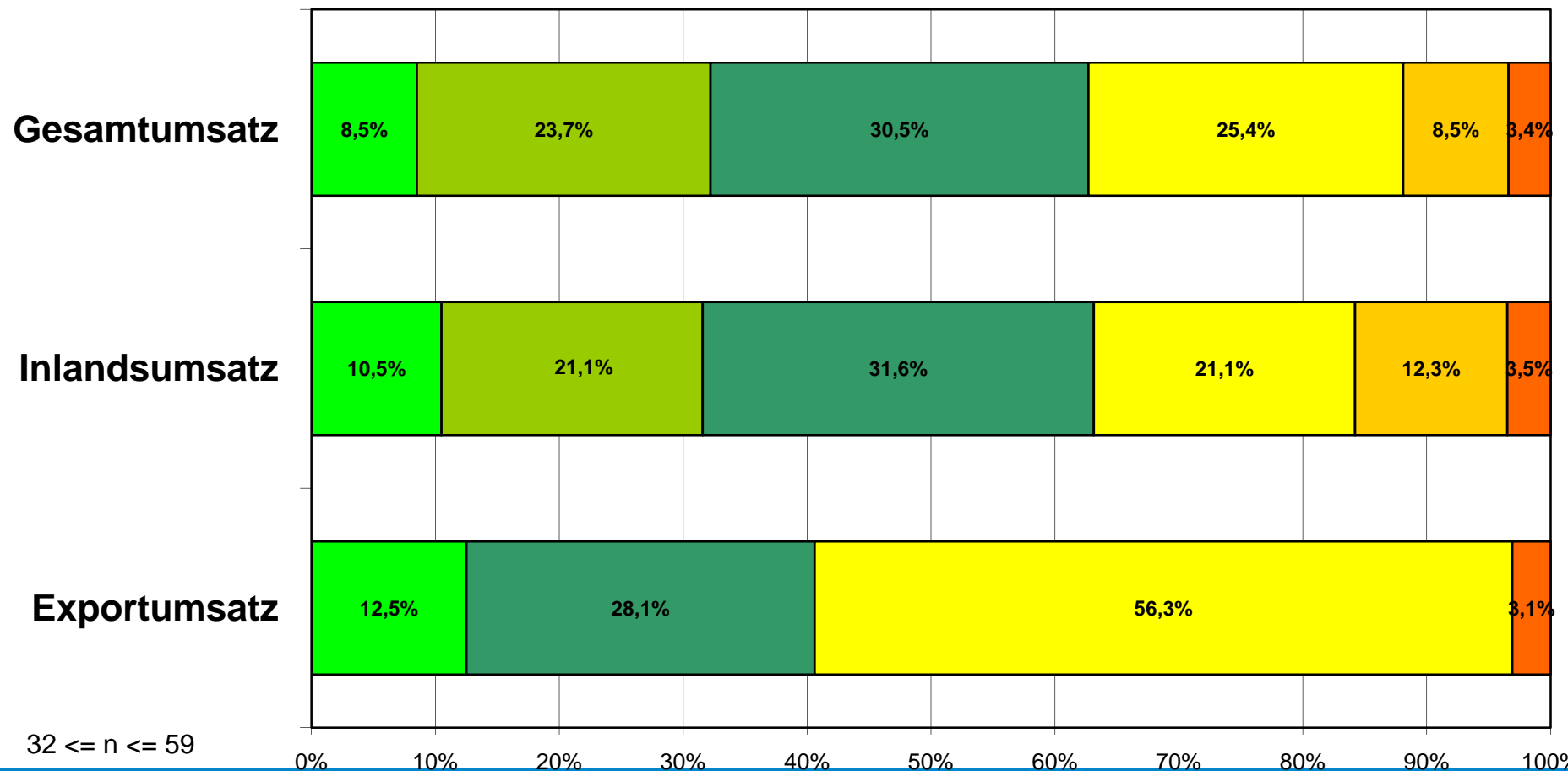
Wie schätzen Sie die Umsatzaussichten für Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 im Vergleich zum zweiten Quartal 2009 ein?



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %



Umsatzprognose:

Wie schätzen Sie die Umsatzaussichten für Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 im Vergleich zum zweiten Quartal 2009 ein?



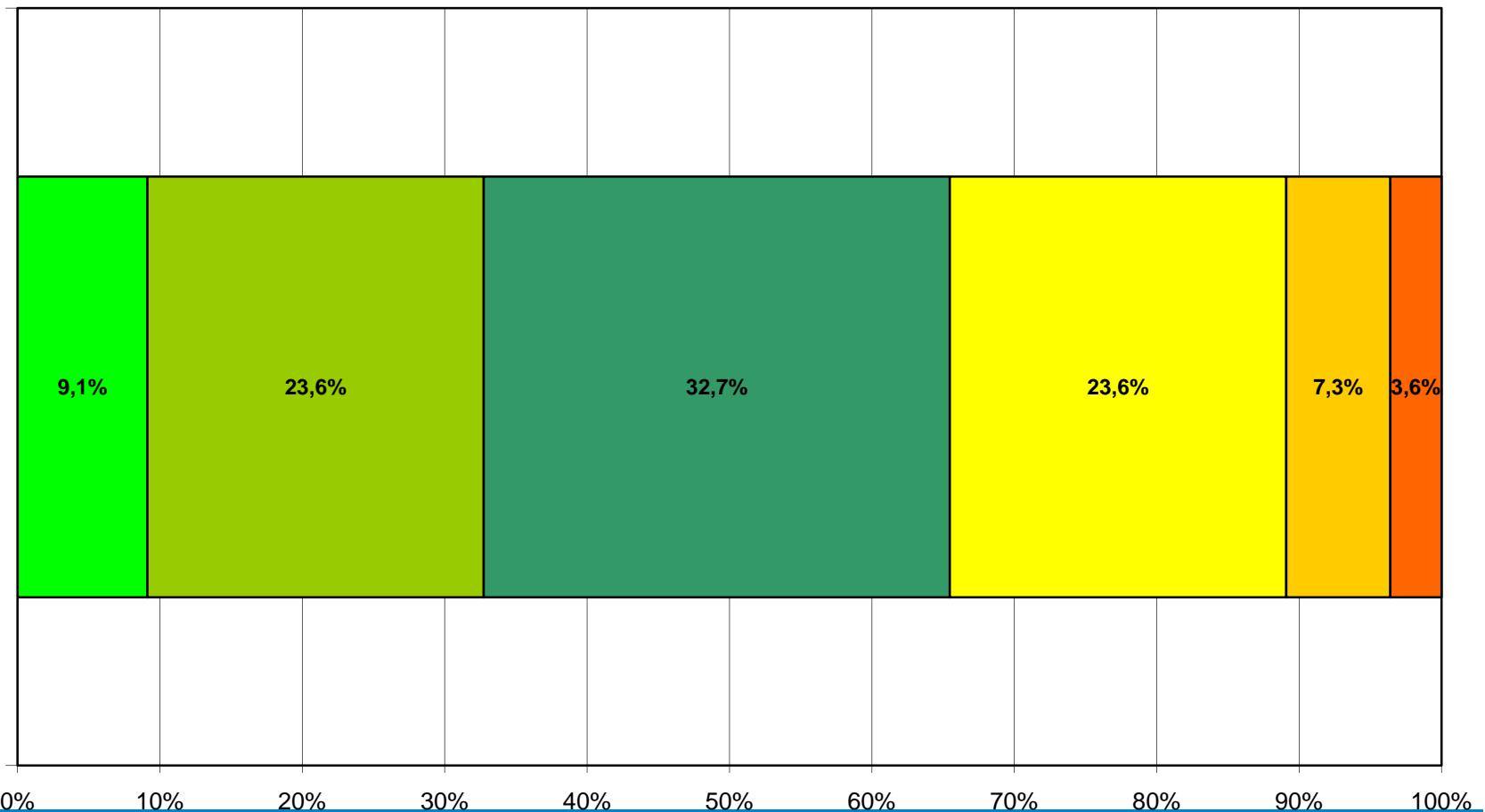
Gesamtumsatz

INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler



Umsatzprognose:

Wie schätzen Sie die Umsatzaussichten für Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 im Vergleich zum zweiten Quartal 2009 ein?



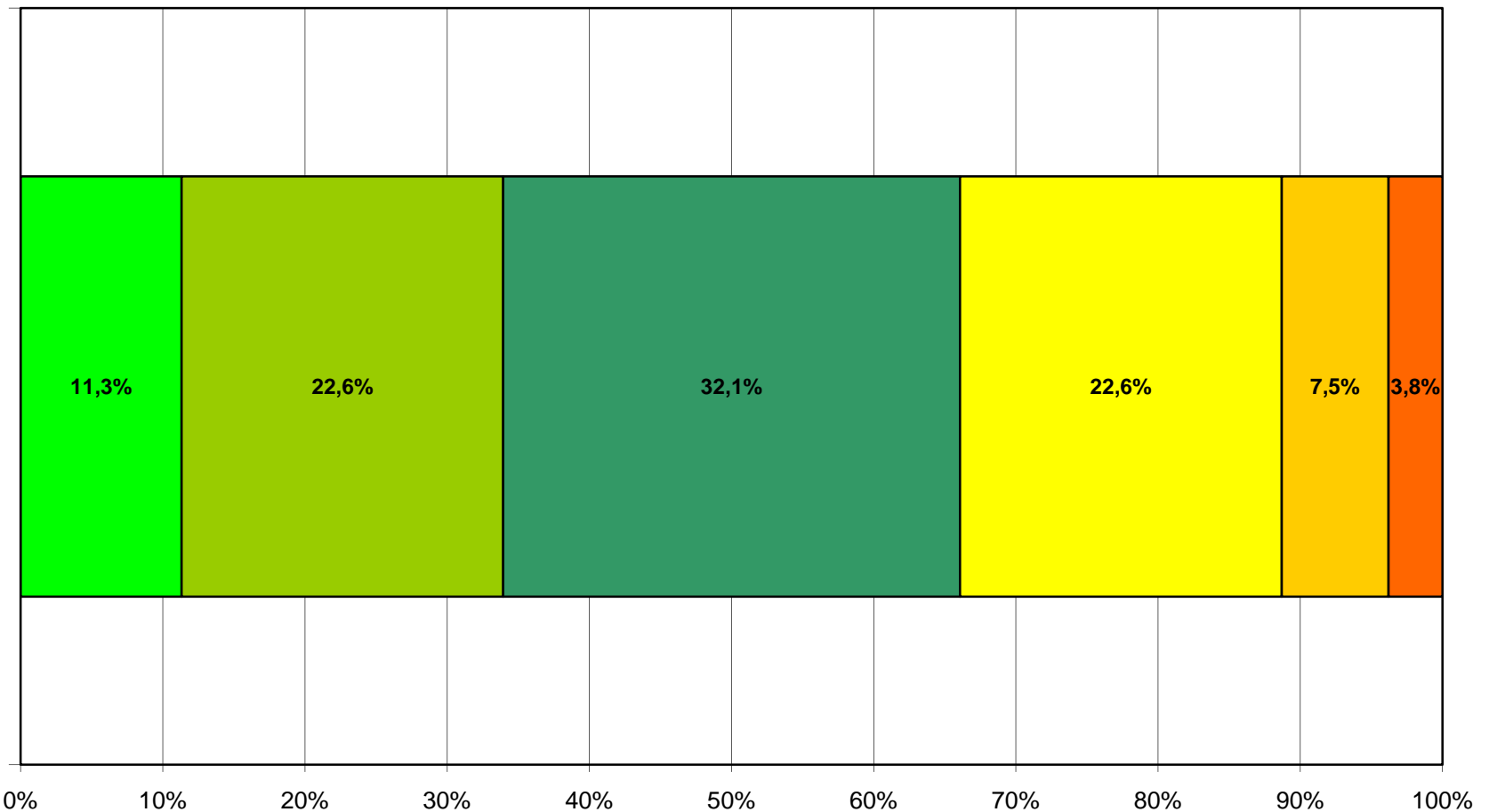
Inlandsumsatz

INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler



Umsatzprognose:

Wie schätzen Sie die Umsatzaussichten für Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 im Vergleich zum zweiten Quartal 2009 ein?



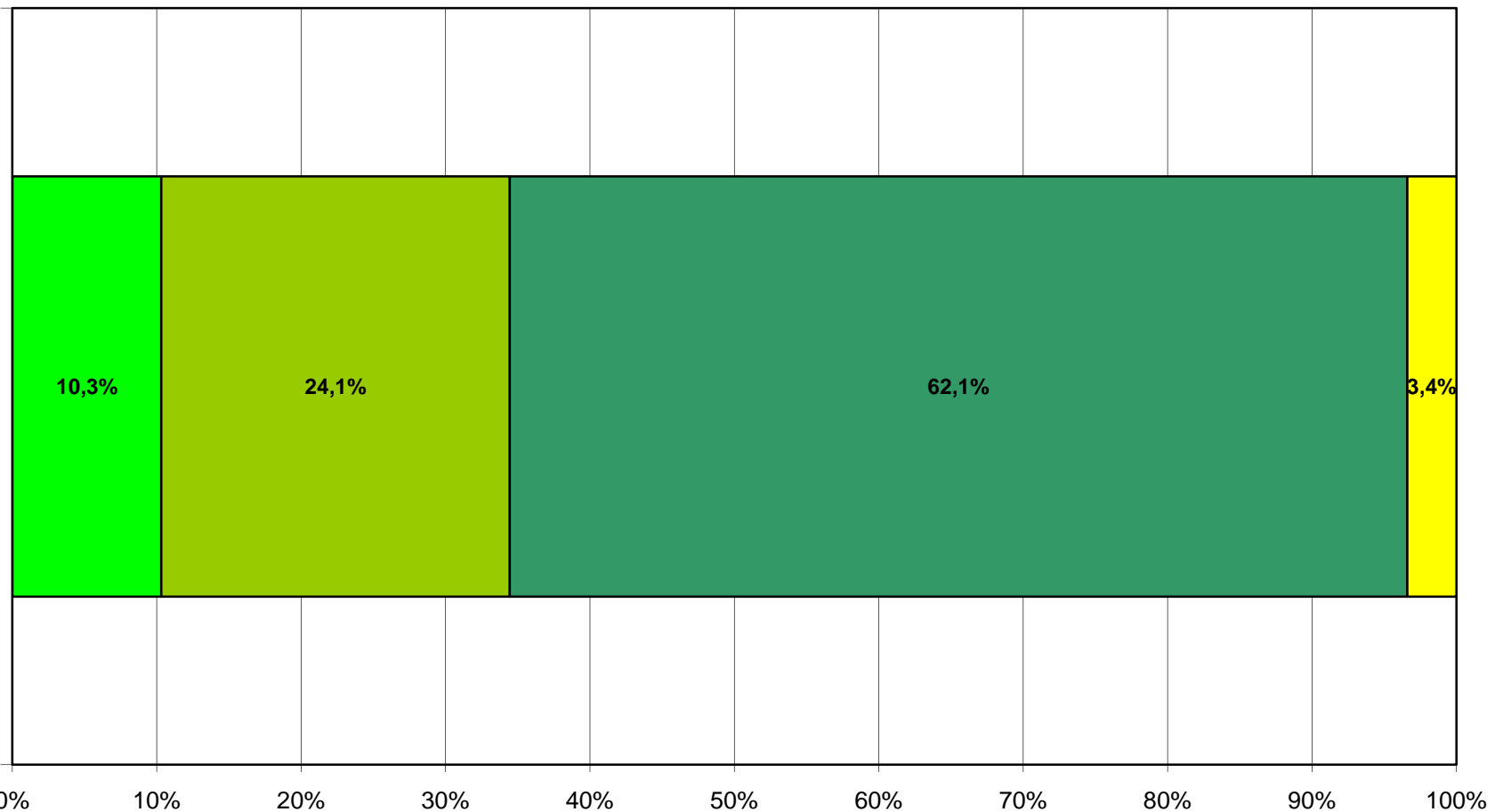
Exportumsatz

INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



- Anstieg um mehr als 25 %
- Anstieg zwischen 10 und 25 %
- Anstieg zwischen 1 und 10 %
- nahezu unverändert (+/- 1 %)
- Rückgang zwischen 1 und 10 %
- Rückgang zwischen 10 und 25 %
- Rückgang um mehr als 25 %

Händler





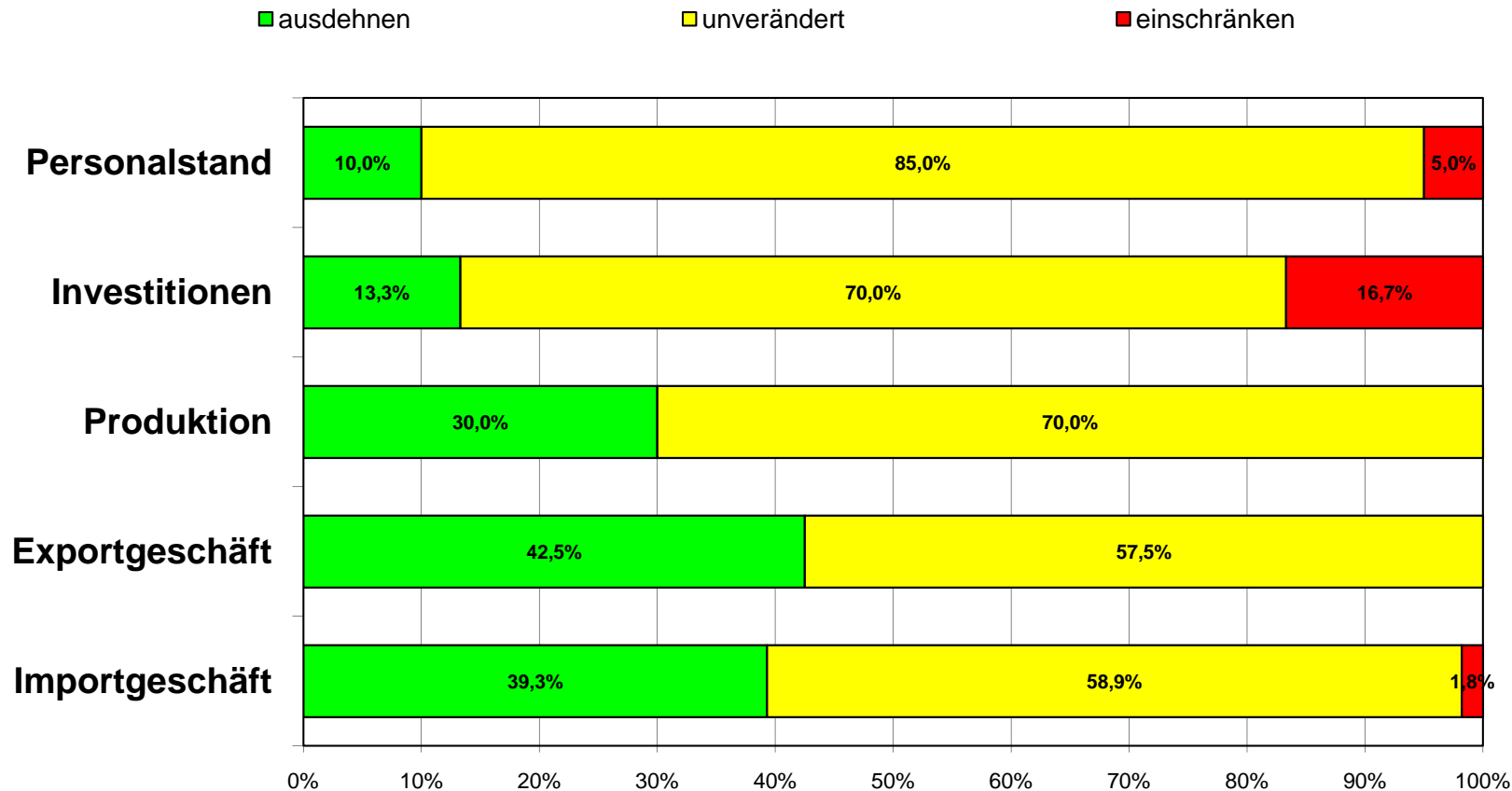
Betriebliche Anpassungen

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen?



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



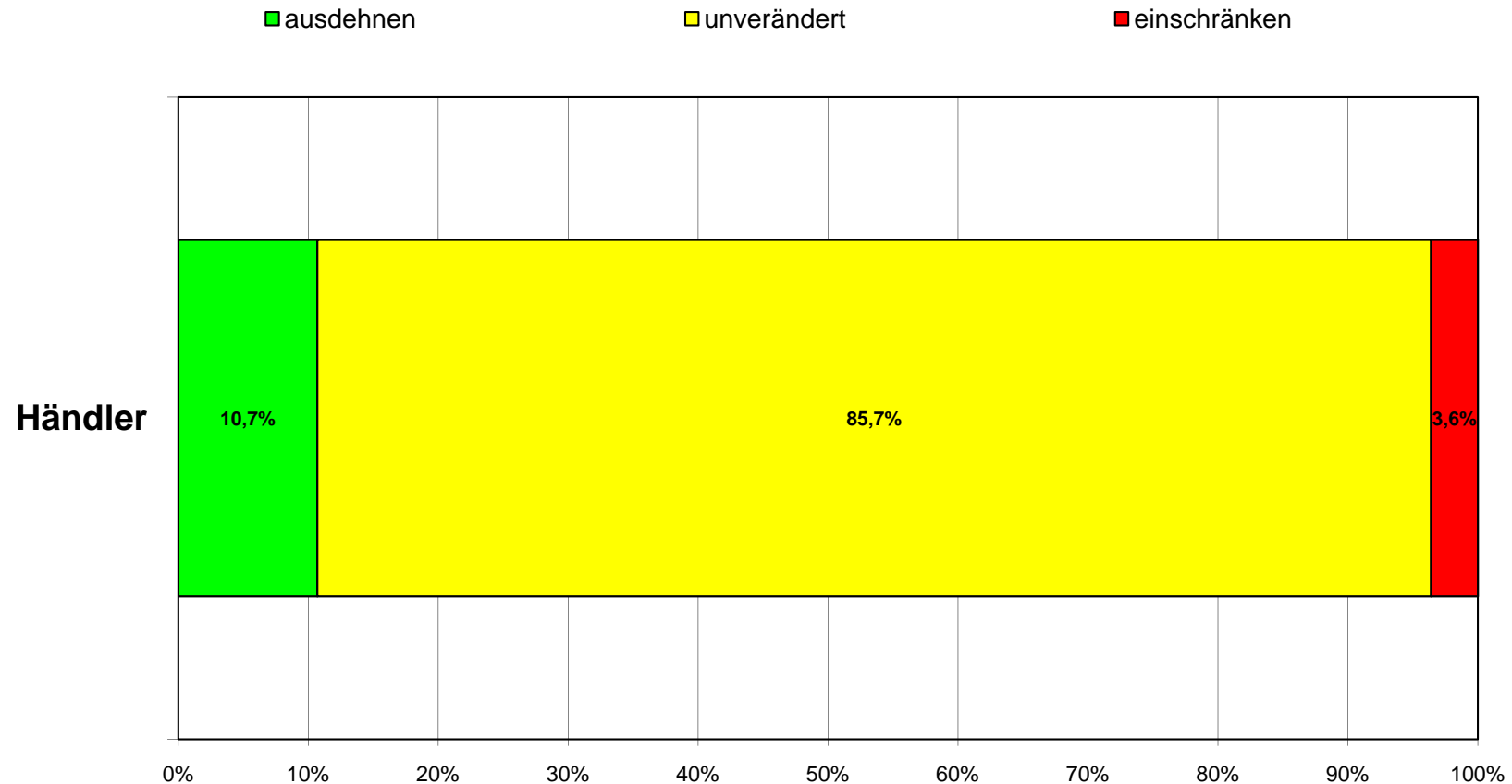
30 ≤ n ≤ 60

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen? - *Personalstand*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



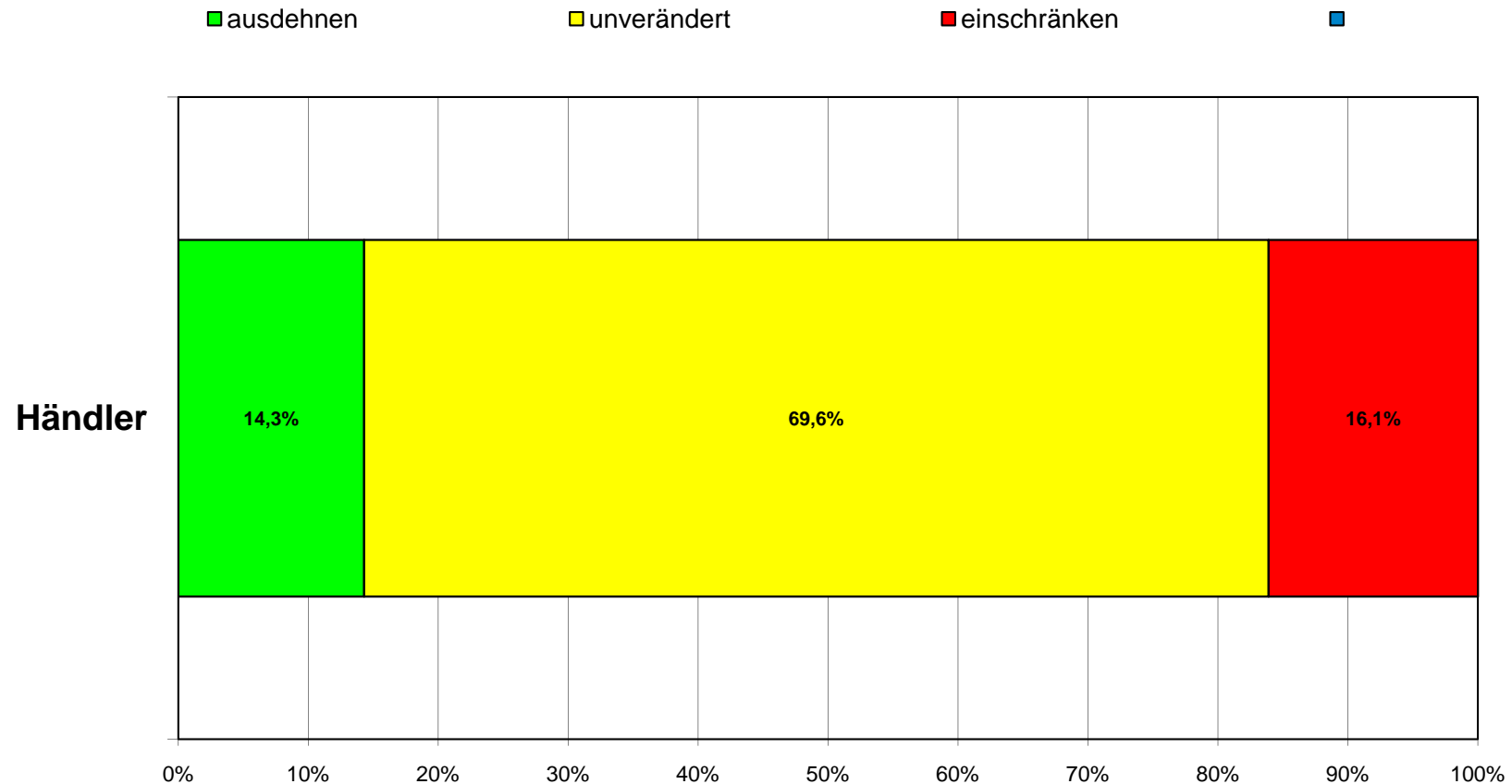
n = 56

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen? - *Investitionen*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



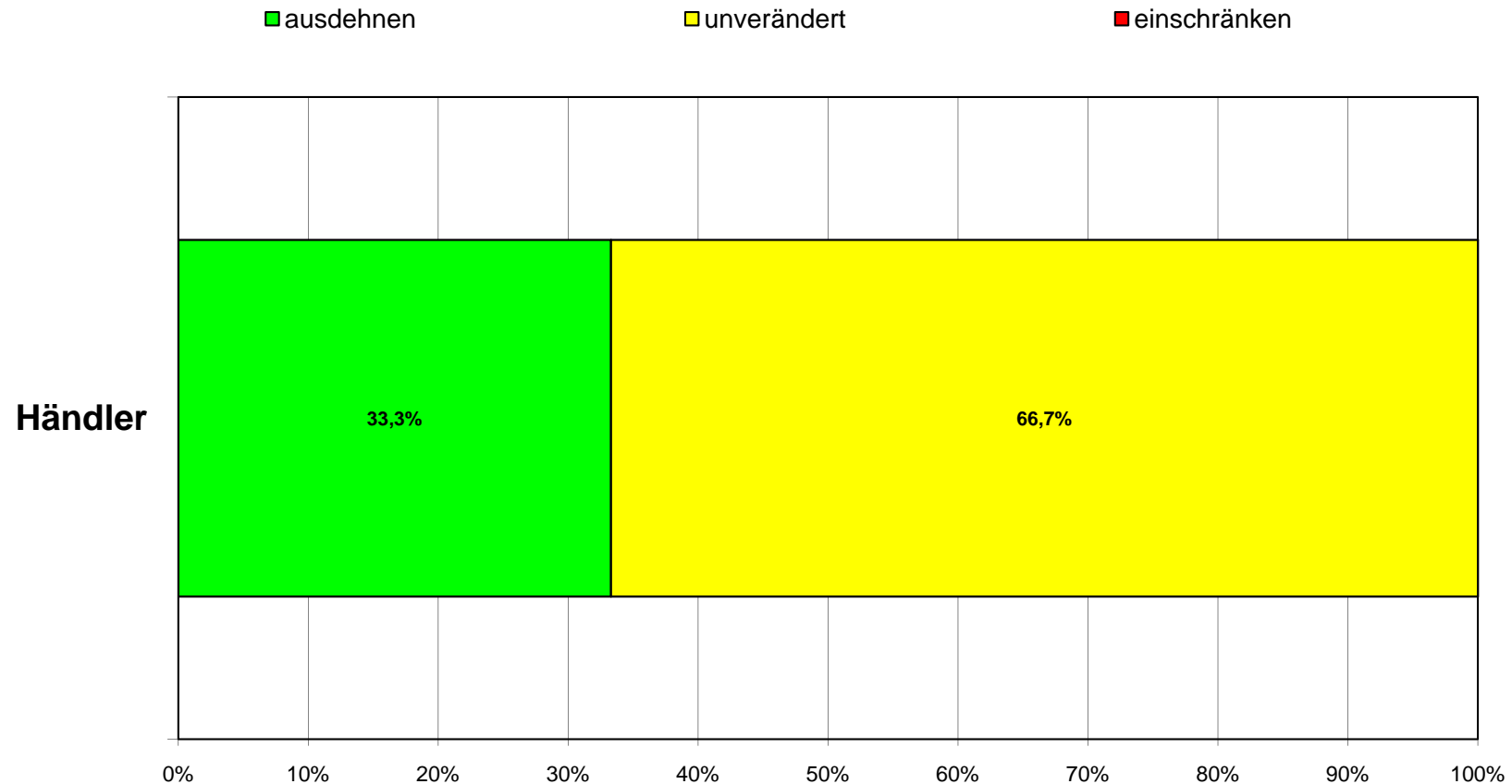
n = 56

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen? - *Produktion*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



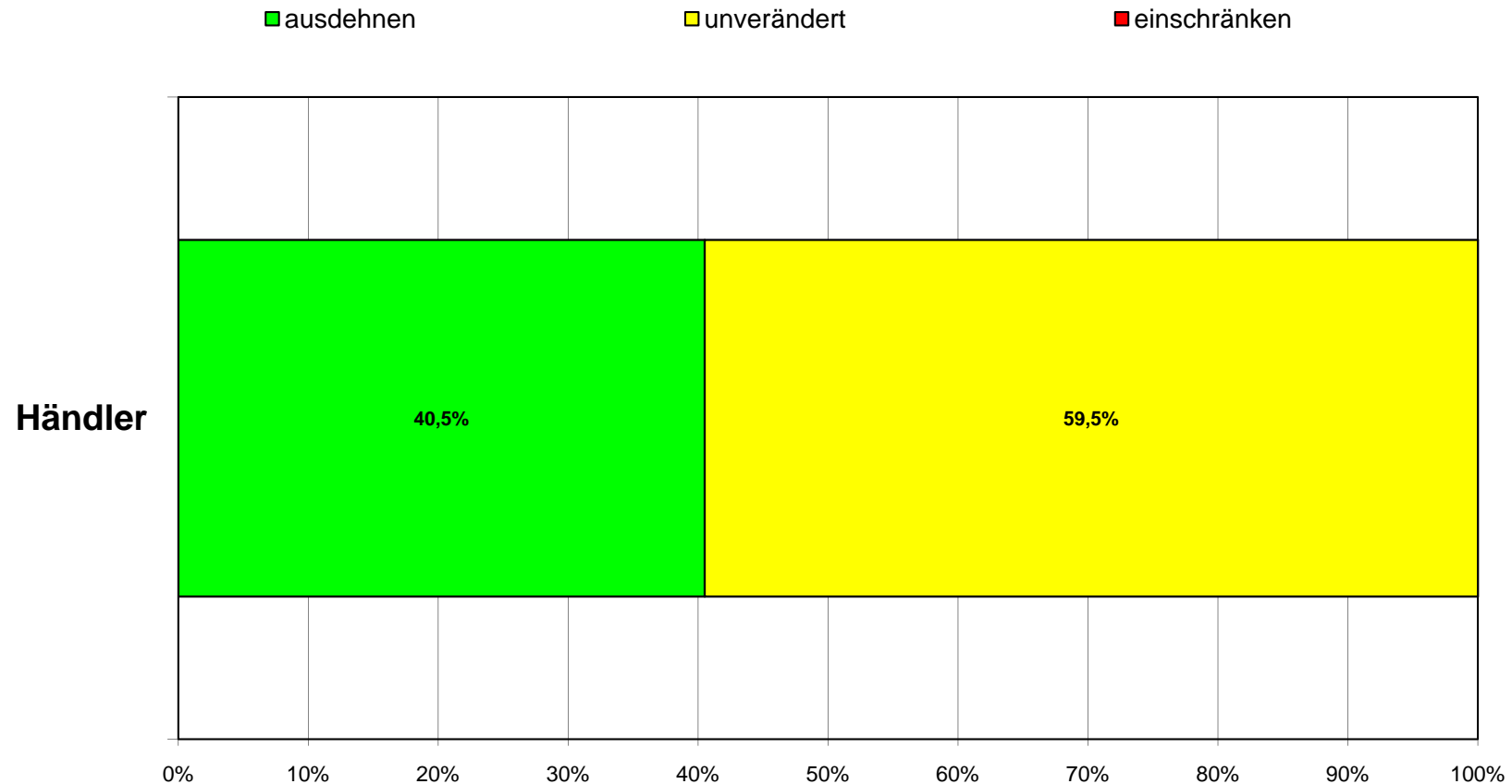
n = 27

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen? - *Exportgeschäft*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



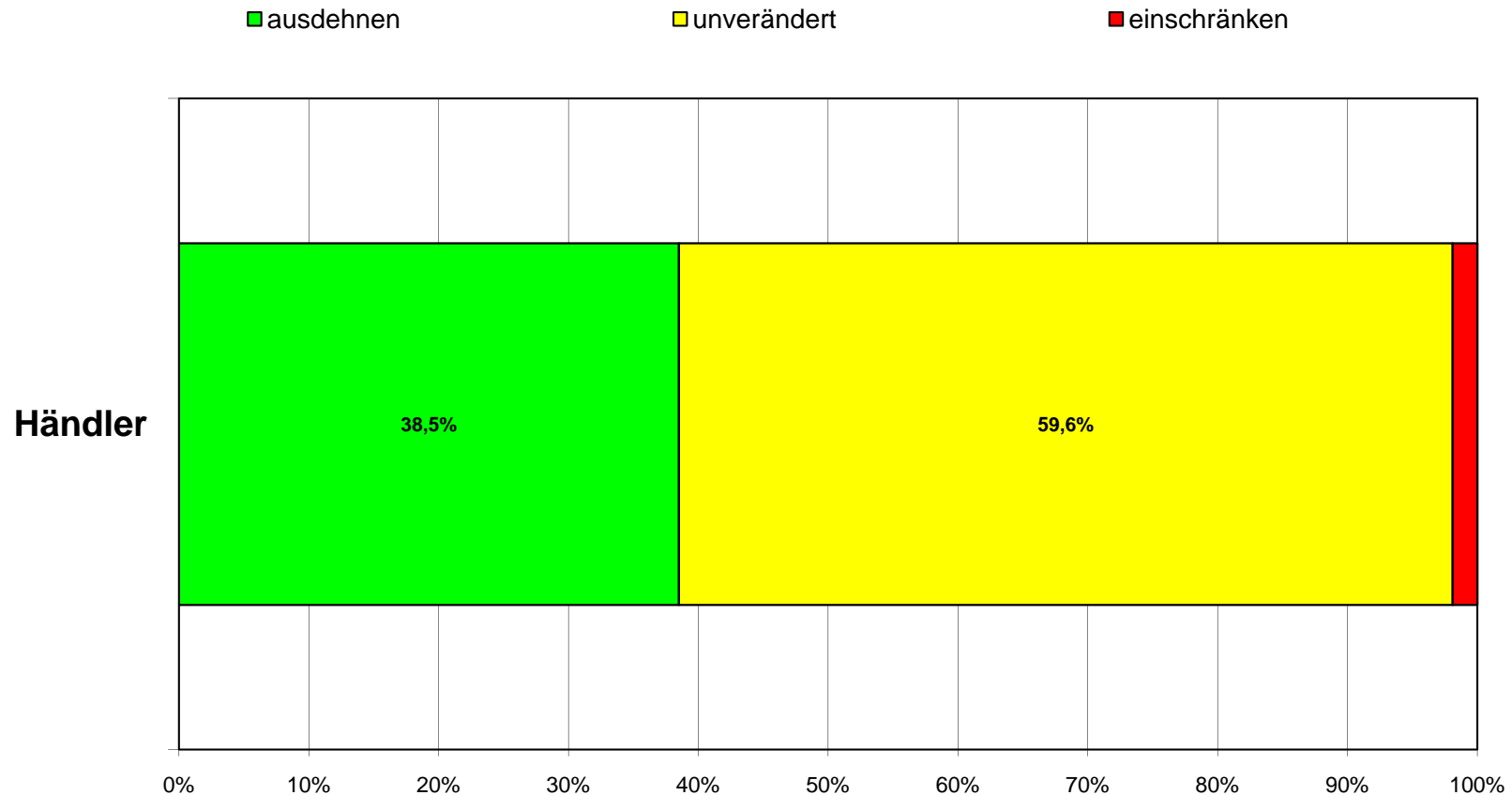
n = 37

Betriebliche Anpassungen:

Welche betrieblichen Anpassungen wird Ihr Unternehmen im zweiten Quartal 2010 voraussichtlich vornehmen? - *Importgeschäft*



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



n = 52

Kontakt



INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG GmbH



Dr. Markus Preißner

Institut für Handelsforschung
an der Universität zu Köln
Dürener Straße 401 b
50858 Köln

Tel.: 0221 / 94 36 07 30
Fax: 0221 / 94 36 07 99
m.preissner@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

