

Ergebnisse des 28. CDH-Vertriebsbarometers

Spürbare Aufhellung

Das 28. Online-Vertriebsbarometer im Sommer 2020 stand bei den Handelsvermittlungsunternehmen weiterhin im Zeichen der Corona-Krise. Nach dem Ende des Lockdowns fiel aber die Beurteilung der eigenen Geschäftslage, der Branchenlage und der kurzfristigen Geschäftsaussichten deutlich besser aus. Noch stärker aufgeheitert haben sich die langfristigen Perspektiven.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren dabei größer denn je. Bemerkenswert ist, dass 8,0 Prozent der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage und 5,3 Prozent die Lage ihrer Branche als sehr gut bezeichneten. Im vergangenen Spätherbst tat das mit 8,7 bzw. 6,1 Prozent ein nur unwesentlich höherer Anteil der Teilnehmer. Im Frühjahr lag der Anteil der sehr guten Beurteilungen dagegen nur bei jeweils 3,1 Prozent. Als gut beurteilte mit 27,3 Prozent, nach 26,9 Prozent im Frühjahr, aber nur ein geringfügig größerer Anteil der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage. Für die Branchenlage stieg der Anteil der guten Beurteilungen 24,7 auf 26,1 Prozent etwas stärker. Mit 36,5 Prozent beurteilte, wie immer, der größte und von 35,2 Prozent leicht gestiegene Anteil der Teilnehmer ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend, wenn auch deutlich weniger als im Spätherbst, als deren Anteil noch bei 40,9 Prozent lag. Deutlich stärker stieg der Anteil derjenigen, die die Lage ihrer Branche als befriedigend beurteilten, von 38,3 auf 41,7 Prozent und bildete auch hier die größte Gruppe. Spürbar rückläufig gegenüber dem Frühjahr war dagegen der Anteil der schlechten Beurteilungen sowohl der eigenen Geschäftslage mit 28,4 Prozent nach 34,9 Prozent als auch der Branchenlage mit 26,9 Prozent nach 34,0 Prozent. Das war aber immer noch ein erheblich größerer Anteil als vor Corona mit 12,1 und 14,0 Prozent.

Deutlich bessere Aussichten

Passend zur Beurteilung der Lage, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Immerhin 11,4 Prozent nach 1,9 Prozent im Frühjahr war der Anteil der eher besseren kurzfristigen Erwartungen. Ebenso drastisch stieg der Anteil derjenigen, die kurzfristig wenig Änderung erwarteten, von 15,2 auf 39,4 Prozent. Dagegen war mit 38,3 Prozent der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig

eine Verschlechterung erwarteten, über ein Drittel oder 21 Prozentpunkte niedriger als im Frühjahr mit 59,3 Prozent.

Deutlich optimistischer wurden erneut die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. So ist der Anteil der Optimisten – trotz Corona - im Sommer um 8,8 Prozentpunkte von 25,0 auf 33,8 Prozent angewachsen. Passend dazu ist der Anteil der Teilnehmer, die langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen hatten, von 29,9 Prozent im Frühjahr auf 24,6 Prozent spürbar zurückgegangen.

Einbruch beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben. Natürlich passt die Umsatzentwicklung des zweiten Quartals 2020 auf dem Höhepunkt der Coronakrise im Vergleich zum Vorquartal nicht zu den oben geschilderten Beurteilungen und Erwartungen nach Aufhebung des Shutdowns.

Im zweiten Quartal 2020 konnten nur noch 24,3 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe nach 45,4 Prozent im Schlussquartal 2019 ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Dabei ist der Anteil der Teilnehmer mit großem Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent sogar von 1,9 auf 3,4 Prozent sogar gestiegen. Dagegen konnten nur noch 14,8 Prozent der Teilnehmerbetriebe ihren Umsatz um bis zu 10 Prozent und 6,1 Prozent der Teilnehmer um 11 bis 30 Prozent steigern.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im zweiten Quartal 2020 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 48,2 Prozent im vierten Quartal 2019 auf 71,9 Prozent drastisch gestiegen. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes mit 19,3 Prozent nach 23,8 Prozent im vierten Quartal 2019 sogar um 4,5 Prozentpunkte zurückgegangen. Die Anteile der Handelsvertreter mit stärkeren Umsatzeinbußen sind aber sehr stark angestiegen. Jeweils über ein Viertel der Teilnehmer musste Umsatzeinbußen von 11 bis 30 Prozent (26,1 Prozent der Teilnehmer) bzw. von über 30 Prozent (26,5 Prozent der Teilnehmer) verkraften.

Hilfen helfen

aus aktuellem Anlass wurden die Teilnehmer auch gefragt, ob, und wenn ja, welche Corona-Hilfsprogramme sie genutzt haben bzw. wenn nicht, warum nicht.

Von den im zurückliegenden Juli und August befragten CDH-Mitgliedern hatte immerhin fast die Hälfte, nämlich 46,4 Prozent Corona-Hilfen genutzt, manche davon auch mehr als ein Hilfsprogramm. Spitzenreiter dabei war die Soforthilfe, die

immerhin von 43,7 Prozent der Teilnehmer genutzt wurde. Von 5,3 Prozent der Teilnehmerbetriebe wurde ein KFW-Kredit genutzt, 2,3 Prozent haben die Überbrückungshilfe in Anspruch genommen und nur 0,8 Prozent haben Grundsicherung beantragt.

Dazu muss aber gesagt werden, dass das Überbrückungshilfe-Programm zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht abgeschlossen war. Mehr noch, als dieser Artikel geschrieben wurde, verdichteten sich sogar die Hinweise auf eine Verlängerung der Überbrückungshilfe. Mit einem Anstieg von deren Nutzerzahl ist deshalb auch unter den CDH-Mitgliedern zu rechnen.

Gründe für die Nicht-Nutzung

Diejenigen, die keine Corona-Hilfen genutzt haben, wurden nach den Gründen dafür befragt. Über die Hälfte dieser Teilnehmer, nämlich 50,7 Prozent, gab an, über ausreichende Liquiditätsreserven verfügt zu haben. Erstaunlicherweise hatten mit 35,5 Prozent der Nicht-Nutzer mehr als ein Drittel keine Corona-bedingten Einbußen. Auf die Gesamtzahl der teilnehmenden CDH-Mitglieder prozentuiert, sind das gut 19 Prozent, also knapp ein Fünftel. Der Anteil derjenigen, die mitteilten, die Einbußen hätten Sie zu spät getroffen oder würden sie erst noch treffen, lag dagegen mit 31,6 Prozent der Nicht-Nutzer niedriger als die CDH-Geschäftsführung vermutet hatte. Bezogen auf alle Teilnehmer sind das gut 16,9 Prozent, also etwas mehr als jeder Sechste. Gerade für diese Gruppe hatte die CDH immer wieder gefordert, die Hilfsmaßnahmen zu verlängern. Was bei der Soforthilfe leider nicht gelang, scheint jetzt aber für die Überbrückungshilfe zu gelingen.

Wirkung der Hilfen

Von den am Vertriebsbarometer teilnehmenden CDH-Mitgliedern, die Corona-Hilfsprogramme genutzt haben, konnten immerhin 29,6 Prozent damit Ihre Probleme voll und ganz lösen. 43,2 Prozent der Nutzer konnten ihre Probleme mit den Hilfen immerhin teilweise lösen. Nur 15,4 Prozent konnten ihre Probleme mit den Hilfen fast gar nicht und 11,7 Prozent überhaupt nicht lösen.

Der Anteil der Nutzer, die ihre Probleme mit den Hilfen voll und ganz beseitigen konnten, war mit 29,6 Prozent damit größer als der Anteil von 27,1 Prozent derjenigen, deren Probleme damit kaum oder gar nicht gelöst wurden. Dass die relative Mehrheit der Nutzer mit den Hilfen einige, aber nicht alle Probleme beseitigen konnte, ist wenig verwunderlich. Als Gesamtfazit lässt sich aber festhalten: die Corona-Hilfen helfen. Mit 71,9 Prozent der Nutzer jedenfalls den meisten.

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH