

09.10.2020 | [Vertriebskanäle](#) | Gastbeitrag | Onlineartikel

CDH-Vertriebsbarometer: Spürbare Aufhellung

Autor: [Jens Wolff](#)

🕒 3:30 Min. Lesedauer

Das 28. Online-Vertriebsbarometer stand bei den Handelsvermittlungen weiterhin im Zeichen der Corona-Krise. Nach dem Lockdown fiel die Beurteilung der eigenen Geschäftslage und der Branchenlage deutlich besser aus. Die langfristigen Perspektiven sind ein Lichtblick.



Handelsvertretungen sehen ihre langfristigen Geschäftschancen trotz der Corona-Pandemie optimistisch. © peterschreibermedia / stockadobe.com

Bemerkenswert in den Ergebnissen der Umfrage vom Sommer 2020 ist, dass acht Prozent der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage und 5,3 Prozent die Lage ihrer Branche als "sehr gut" bezeichneten. Im vergangenen Spätherbst sah das mit 8,7 beziehungsweise 6,1 Prozent ein nur unwesentlich höherer Anteil der Teilnehmer. Im Frühjahr lag der Anteil der sehr guten Beurteilungen von Handelsvertretungen dagegen nur bei jeweils 3,1 Prozent. Mit "gut" beurteilte mit 27,3 Prozent, nach 26,9 Prozent im Frühjahr, aber nur ein geringfügig größerer Anteil der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage.

Empfehlung der Redaktion



01.10.2020 | Branchen & Märkte | Ausgabe 10/2020

[Spürbare Aufhellung](#)

Das 28. Online-Vertriebsbarometer im Sommer 2020 stand bei den Handelsvermittlungsunternehmen weiterhin im Zeichen der Coronakrise.

Für die Branchensituation stieg der Anteil der guten Beurteilungen von 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 mehr Betriebe beurteilten die Lage ihrer Branche als "befriedigend". Ihr Anteil stieg von 38,3 auf 41,7 Prozent und bildete auch hier die größte Gruppe.

Anzeige

Spürbar rückläufig gegenüber dem Frühjahr waren dagegen die schlechten Beurteilungen sowohl der eigenen Geschäftslage als auch der Branchenlage, jedoch war es immer noch ein erheblich größerer Anteil als vor der Corona-Krise.

Deutlich bessere Aussichten

Passend dazu beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Immerhin 11,4 Prozent, nach 1,9 Prozent im Frühjahr, war hierbei 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 erwarteten 38,3 Prozent der Teilnehmer kurzfristig eine Verschlechterung. Die ist 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 2020 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 Corona-Krise im Vergleich zum Vorquartal nicht zu den oben geschilderten Beurteilungen und Erwartungen nach Aufhebung des Shutdowns.

Anzeige

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 gestiegen. Dagegen konnten nur noch 14,8 Prozent der Teilnehmerbetriebe ihren Umsatz um bis zu zehn Prozent und 6,1 Prozent der Teilnehmer um elf bis 30 Prozent erhöhen.

Gleichzeitig sind diejenigen Handelsvertretungen, 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 derjenigen mit moderaten Einbußen von bis zu zehn Prozent des vermittelten Warenumsatzes mit 19,3 Prozent nach 23,8 Prozent im vierten Quartal 2019 sogar um 4,5 Prozentpunkte zurückgegangen. Mehr Handelsvertretungen haben jedoch stärkere Umsatzeinbußen: Jeweils über ein Viertel der Teilnehmer musste Umsatzeinbußen von elf bis 30 Prozent beziehungsweise von über 30 Prozent verkraften.

Das [vollständige Vertriebsbarometer](#) 📄 lesen Sie in der [Sales-Excellence-Ausgabe 10 | 2020](#). 📄

Die wichtigsten Ergebnisse

- Jeweils deutlich mehr als ein Drittel der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut bzw. als befriedigend. Die Branchenlage hielt ein knappes Drittel der Teilnehmer für gut oder sehr gut und über 40 Prozent für befriedigend. Spürbar geringer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage mit jeweils etwas über einem Viertel.
- Kurzfristig erwartete nur noch eine starke Minderheit der Befragten Verschlechterungen. Mit wenig Änderungen oder gar Verbesserungen rechnete mit etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte ein gutes Drittel der Teilnehmer optimistisch und je ein Viertel pessimistisch oder unverändert.
- Der vermittelte Warenumsatz war im zweiten Quartal 2020 gegenüber dem Vorquartal drastisch rückläufig.