

Aufwind im Frühjahr

Zum nunmehr 15. Mal führte die CDH das Online-Vertriebsbarometer durch. Die Handelsvertretungen befinden sich in diesem Frühling im Aufwind. Die 3mal jährlich im Jahr durchgeführte Umfrage gibt Aufschluss über die Geschäftslage bei den CDH-Mitgliedsbetrieben sowie deren Einschätzung der zukünftigen konjunkturellen Perspektiven.

11,3 Prozent der befragten Mitgliedsbetriebe bezeichnen in diesem Frühjahr ihre Lage als sehr gut, das ist der beste Wert seit Frühjahr 2012 (damals 11,4 Prozent). Im Vergleich zu Herbst 2015 (7,8 Prozent) ist dies eine deutliche Verbesserung.

Auch der Anteil der Befragten mit guter Geschäftslage ist angestiegen (von 40,9 Prozent im Herbst auf 51,4 Prozent in diesem Frühjahr). Nahezu stabil ist die Zahl der Handelsvertretungen, die ihre Geschäftslage als schlecht bezeichnen (11,5 Prozent in Herbst, 12,1 Prozent im Frühjahr). Rund ein Viertel sieht die Geschäftslage als befriedigend an.

Gefragt wurde auch nach der Einschätzung der Branche insgesamt. Ein „sehr gut“ konnten 5,2 Prozent vergeben, auch dieser Wert liegt über dem im Herbst (2,9 Prozent). Fast die Hälfte sieht die Lage ihrer Branche als gut an und etwa 7,1 Prozent als schlecht (gegenüber 10,1 Prozent im Herbst).

Die Branchenergebnisse weichen in diesem Frühjahr wieder von der eigenen Geschäftslage ab, insbesondere bei den sehr guten und befriedigenden Bewertungen. Das spricht dafür, dass es wieder verstärkte Firmenkonjunkturen gibt, d.h. Handelsvertretungen, die sich z.B. durch ihre Produktpalette, ihre Marketingaktivitäten etc positiv von der Branchenentwicklung abheben.

Wieder etwas angestiegen ist der Optimismus in Bezug auf die weitere Entwicklung und erreicht die Werte vom Frühjahr 2015 (19,9 Prozent gegenüber Herbst 2015 15,9 Prozent). Eine ähnliche Tendenz ergibt sich bei der Bewertung „schlechtere Perspektiven“ (14,1 Prozent im Herbst, 12,8 Prozent in diesem Frühjahr). Geringfügig gesunken ist die Anzahl der Befragten, die langfristig bessere Perspektiven sehen von 32,0 Prozent im Herbst auf 28,9 Prozent im Frühjahr 2016. Die Anzahl derer, die eher pessimistisch in die Zukunft schauen, ist nahezu unverändert (22,3 Prozent).

Gefragt wurde auch nach der Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im Jahr 2015. Die Handelsvertretungen, bei denen der Warenumsatz gestiegen ist, übersteigt mit fast 60 Prozent erfreulicherweise die Anzahl derjenigen, die einen verminderten Warenumsatz hinnehmen mussten, aus welchen Gründen auch immer (30,2 Prozent). Die Veränderungen

bewegen sich allerdings bei den meisten in der Spanne bis 10 Prozent, 45,0 Prozent bei den Zuwächsen und 18,8 Prozent bei den Rückgängen. Bei 3,2 Prozent ist der Zuwachs mit mehr als 30 Prozent sehr deutlich ausgefallen. Bei 3,2 Prozent liegt der Verlust über 30 Prozent, was für die Betroffenen sicherlich beträchtliche Auswirkungen haben dürfte.

Politische Unsicherheiten und Konjunkturängste haben zu Jahresbeginn die Wachstumserwartungen getrübt. Die Prognosen für das Wirtschaftswachstum für 2016 wurden leicht nach unten korrigiert. Nach dem ifo-Geschäftsklimaindex hellt sich allerdings im Frühjahr die Stimmung bei den Unternehmen wieder auf. Der ifo Geschäftsklimaindex für die gewerbliche Wirtschaft Deutschlands stieg von 105,7 Punkten im Februar auf 106,7 Punkte im März. Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage verbesserten sich auf den höchsten Stand seit einem halben Jahr. Auch die Erwartungen erholten sich nach dem starken Rückschlag im Vormonat wieder etwas.

Die deutsche Wirtschaft startet weniger skeptisch in den Frühling. Das entspricht auch der Stimmung bei den Handelsvertretungen. Der private Konsum ist nach wie vor die Konjunkturstütze und davon profitieren die Handelsvertretungen, die ihre Waren hauptsächlich in Deutschland vertreiben.

Berlin, Mai 2016