

Ergebnisse des 22. CDH-Vertriebsbarometers

Es brummt immer noch – nur etwas leiser

Im 22. Online-Vertriebsbarometer im Sommer 2018 beurteilte der seit über sechs Jahren höchste Anteil der teilnehmenden CDH-Mitgliedsbetriebe ihre eigene aktuelle Geschäftslage und die ihrer Branche als sehr gut. Gleichzeitig stieg aber auch der Anteil schlechter Beurteilungen.

Vor allem stieg aber der Anteil der befriedigenden Beurteilungen zu Lasten der guten Beurteilungen. Zwar beurteilten jetzt sage und schreibe 17,3 Prozent der Teilnehmer nach 16,9 Prozent im Frühjahr ihre eigene aktuelle Geschäftslage und 18,6 (Frühjahr 18,7) Prozent die Lage ihrer Branche als sehr gut. Mit gut bewerteten aber nur noch 43,0 nach 50,9 Prozent der Teilnehmer Ihre eigene Geschäftslage und 43,3 nach 49,7 Prozent die Lage Ihrer Branche. Gleichzeitig stieg auch der Anteil der schlechten Beurteilungen der eigenen Situation von 6,3 auf 7,9 Prozent und der Branchenlage von 4,2 auf 5,5 Prozent. Mit 31,8 Prozent entfiel daher jetzt ein knappes Drittel auf die befriedigende Beurteilung der Geschäftslage. Deren Anteil lag, bezogen auf die Branche, mit 32,5 Prozent etwas höher. In der vorangegangenen Frühjahrserhebung lagen die Anteile der befriedigenden Beurteilungen noch bei 25,9 (eigene Geschäftslage) bzw. 27,4 (Branchenlage) Prozent.

Vorsichtig optimistische Beurteilung der Zukunftsaussichten

Vor allem hinsichtlich der kurzfristigen und in geringem Maße auch hinsichtlich der langfristigen Aussichten, ist der im letzten Frühjahr noch deutlich gestiegene Optimismus ein wenig verhaltener ausgefallen. Auch die Unsicherheit hat spür- bzw. messbar zugenommen, was an dem gestiegenen Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der kurzfristigen und vor allem der langfristigen Aussichten nicht zutrauten, abzulesen ist.

Vermittelter Warenumsatz: Licht und Schatten

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vor- bzw. Vorvorquartal erhoben. Erfreulicherweise konnten im ersten Quartal 2018 mit 54,6 Prozent (in den Quartalen davor 62,5 bzw. 54,9 Prozent) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Ein nicht unerheblicher Anteil von 18,6 Prozent, nach 17,2

bzw. 14,4 Prozent in den beiden vorausgegangenen Quartalen, sogar ganz beträchtlich, um mehr als 10 Prozent.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im ersten Quartal 2018 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 30,8 Prozent im Schlussquartal 2017 auf 38,6 Prozent sehr deutlich, wieder auf den Wert des dritten Quartals 2017, angestiegen. Dabei war der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit kräftigen Einbußen von über 10 Prozent bis zu 30 Prozent des vermittelten Warenumsatzes, im ersten Quartal 2018 mit 10,8 Prozent nach 11,8 Prozent im vierten Quartal 2017 rückläufig. Der Anteil der Handelsvertreterbetriebe, die noch höhere Einbußen verkraften mussten, blieb im ersten Quartal 2018 mit 2,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal unverändert. Deutlich gestiegen ist jedoch der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderateren Einbußen des vermittelten Warenumsatzes von maximal 10 Prozent im ersten Quartal 2018, auf 25,2 Prozent, nach 16,9 Prozent im Vorquartal und damit fast auf den Anteil von 25,4 Prozent im dritten Quartal 2017. Insgesamt hat sich die positive Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im ersten Quartal 2018 gegenüber dem vierten Quartal 2017 deutlich abgeschwächt.

Berlin, August 2018