

Ergebnisse des 24. CDH-Vertriebsbarometers

Optimismus etwas größer

Im 24. Online-Vertriebsbarometer im Frühjahr 2019 beurteilte ein gegenüber dem Herbst/Winter 2018 etwas höherer Anteil der teilnehmenden CDH-Mitgliedsbetriebe ihre eigene aktuelle Geschäftslage als sehr gut und ein spürbar geringerer Anteil als schlecht. Vor allem stieg aber der Anteil der Teilnehmer, die kurz- und mehr noch langfristig eine Verbesserung der Geschäftslage erwarteten.

Ihre aktuelle Geschäftslage beurteilten 10,4 Prozent der Teilnehmer als sehr gut, nach 8,9 Prozent im Herbst 2018. Allerdings stieg der Anteil der sehr guten zu Lasten der guten Beurteilungen. So beurteilten jetzt nur noch 48,4 Prozent der Teilnehmer nach 51,1 Prozent im Herbst letzten Jahres ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut. Dagegen wuchs der Anteil der guten Beurteilungen der Branchenlage von 45,1 auf 48,7 Prozent ein wenig zu Lasten der sehr guten Bewertungen, die von 11,0 auf 9,8 Prozent sanken. Gleichzeitig ging auch der Anteil der schlechten Beurteilungen der eigenen Situation von 9,8 auf 7,9 Prozent zurück, bei unverändertem Anteil von 7,6 Prozent derjenigen, die die Lage Ihrer Branche als schlecht bezeichneten. Mit 33,2 Prozent entfiel ein knappes und spürbar vergrößertes Drittel auf die befriedigende Beurteilung der Geschäftslage. Deren Anteil lag, bezogen auf die Branchenlage, mit 33,9 Prozent kaum höher. In der vorangegangenen Herbsthebung lagen die Anteile der befriedigenden Beurteilungen noch bei 30,3 (eigene Geschäftslage) bzw. 36,3 (Branchenlage) Prozent. Die Beurteilungen der Geschäftslage ihrer jeweiligen Branchen korrespondierten in diesem Frühjahr besonders eng mit denen der eigenen Geschäftslage.

Etwas optimistischere Beurteilung der Aussichten

Vor allem hinsichtlich der langfristigen und in geringerem Maße auch hinsichtlich der kurzfristigen Aussichten, ist die im letzten Herbst gegenüber dem letzten Sommer deutlich skeptischere Beurteilung der geschäftlichen Perspektiven jetzt wieder etwas optimistischer. Der Anteil derjenigen, die kurzfristig eher schlechtere und eher bessere Perspektiven sehen, ist zwar in gleichem Maße angestiegen, so dass der Anteil der Skeptiker weiterhin leicht überwiegt. Das gilt – sogar deutlich ausgeprägter – auch für die langfristigen Erwartungen, aber hier ist der Anteil der Optimisten kräftig gewachsen und gleichzeitig der Anteil der Pessimisten deutlich geschrumpft.

Licht und Schatten beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben. Erfreulicherweise konnten im ersten Quartal 2019 mit 52,2 Prozent (im zweiten und dritten Quartal des Vorjahres 54,6 bzw. 53,6 Prozent) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Ein rückläufiger, aber nicht unerheblicher Anteil von 11,4 Prozent, nach 13,5 Prozent im dritten bzw. 18,6 Prozent im zweiten Quartal 2018 sogar ganz beträchtlich, um mehr als 10 Prozent.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im ersten Quartal 2019 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 40,1 Prozent im dritten Quartal 2018 auf 37,7 Prozent zurückgegangen. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes, im ersten Quartal 2019 mit 26,6 Prozent nach 23,7 Prozent im dritten Quartal 2018 sogar erheblich gestiegen. Aber der Anteil der Teilnehmer mit kräftigen Umsatzeinbußen von mehr als 10 bis zu 30 Prozent ist von 11,4 Prozent im dritten Quartal 2018 auf 7,9 Prozent stark zurückgegangen. Und auch der Anteil der Handelsvertreterbetriebe, die noch höhere Einbußen verkraften mussten, sank im ersten Quartal 2019 mit 3,2 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2018 (5,0 Prozent) um mehr als ein Drittel.

Die wichtigsten Ergebnisse

Eine deutliche Mehrheit der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage und die Lage ihrer Branche als gut oder sehr gut.

Kurzfristig erwartete die große Mehrheit der Befragten keine größeren Änderungen. Der Anteil der Teilnehmer mit positiven kurzfristigen Erwartungen war aber erneut etwas kleiner als der Anteil der Pessimisten.

Die langfristigen Perspektiven beurteilte ein deutlich rückläufiger, aber immer noch größerer Anteil der Teilnehmer skeptisch als der deutlich gestiegene Anteil derjenigen, die eine Verbesserung erwarteten.

Der vermittelte Warenumsatz entwickelte sich im ersten Quartal 2019 wieder überwiegend positiv. Auch der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit Umsatzeinbußen von mehr als 10 Prozent war stark rückläufig.

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH