

## Ergebnisse des 25. CDH-Vertriebsbarometers

### Wachsende Skepsis der Handelsvertreter

Das 25. Online-Vertriebsbarometer im Sommer 2019 zeigt bei den Handelsvermittlungsunternehmen eine spürbar nachlassende, wenn auch noch nicht wirklich schlechte Konjunktur. Auch die künftige Entwicklung der Geschäftslage wird spürbar skeptischer beurteilt, als noch im Frühjahr.

Ihre aktuelle Geschäftslage beurteilten nur noch 8,4 Prozent der Teilnehmer als sehr gut, nach 10,4 Prozent im Frühjahr. Noch deutlicher ging von 48,8 auf 41,9 Prozent der Anteil derjenigen zurück, die ihre Geschäftslage als gut beurteilten. Dafür stieg der Anteil der befriedigenden Beurteilungen von 33,2 auf 39,6 Prozent. Wirklich schlecht beurteilten ihre Geschäftslage aber nur 10,1 Prozent der teilnehmenden Handelsvertreter. Im Frühjahr lag deren Anteil allerdings nur bei 7,9 Prozent.

Ganz ähnlich fiel insgesamt die Beurteilung der jeweiligen Branchenlage aus. Der Anteil der sehr guten Beurteilungen ging von 9,8 auf 8,1 Prozent und der Anteil der guten Beurteilungen von 48,7 auf 40,6 Prozent zurück. Zufriedenstellend beurteilten im Sommer 40,1 Prozent der Handelsvertreter die jeweilige Branchenlage, nach 33,9 Prozent im vergangenen Frühjahr. Für schlecht erachteten 11,2 Prozent der Teilnehmer die Lage ihrer Branche. Im Frühjahr lag deren Anteil bei nur 7,6 Prozent.

### Deutlich skeptischere Beurteilung der Aussichten

Besonders hinsichtlich der langfristigen und in etwas geringerem Maße auch hinsichtlich der kurzfristigen Aussichten, war im Sommer die Beurteilung der geschäftlichen Perspektiven wieder deutlich kritischer, als die im letzten Frühjahr gegenüber dem letzten Herbst/Winter optimistischere Beurteilung. Der Anteil derjenigen, die kurzfristig eher schlechtere geschäftliche Perspektiven sahen, ist gegenüber dem vergangenen Frühjahr von 18,7 auf 22,5 Prozent angestiegen, während der Anteil der Optimisten, die kurzfristig eine Verbesserung erwarteten, von 17,1 auf 13,0 Prozent zurückging. Die von 61,6 auf 62,5 Prozent leicht angewachsene Mehrheit der Teilnehmer erwartete kurzfristig keine Veränderungen.

Deutlich kritischer wurden, wie üblich, die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Aber auch die Veränderungen gegenüber der Frühjahrsumfrage fielen noch etwas pessimistischer aus, als bei der Beurteilung der kurzfristigen Perspektiven.

## Kräftige Bremsspuren beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben. Im zweiten Quartal 2019 konnten noch 47,8 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Im ersten Quartal war das noch 52,2 Prozent der Teilnehmer gelungen. Ein erneut leicht rückläufiger, aber nicht unerheblicher Anteil von 10,6 Prozent, nach 11,4 Prozent im ersten Quartal 2019 und 13,5 Prozent im dritten bzw. 18,6 Prozent im zweiten Quartal 2018, konnte seinen vermittelten Warenumsatz sogar ganz beträchtlich steigern, um mehr als 10 Prozent.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im ersten Quartal 2019 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 37,7 Prozent im ersten Quartal auf 47,8 Prozent drastisch gestiegen. Die Anteile der teilnehmenden Handelsvertreterbetriebe, die im zweiten Quartal ihren vermittelten Warenumsatz steigern konnten und derjenigen, die Einbußen erlitten, waren also mit jeweils 47,8 Prozent exakt gleich groß. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes im zweiten Quartal 2019 mit 29,4 Prozent nach 26,6 Prozent im ersten Quartal vergleichsweise moderat gestiegen. Aber der Anteil der Teilnehmer mit kräftigen Umsatzeinbußen von mehr als 10 bis zu 30 Prozent ist von 7,9 Prozent im ersten Quartal 2019 auf 12,1 Prozent im zweiten Quartal stark angewachsen. Und der Anteil der Handelsvertreterbetriebe, die noch höhere Einbußen verkraften mussten, stieg im zweiten Quartal 2019 mit 6,3 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2019 mit 3,2 Prozent sogar auf fast das Doppelte.

*Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH*