

Ergebnisse des 26. CDH-Vertriebsbarometers

Stimmung schlechter als die Lage

Im 26. Online-Vertriebsbarometer im Herbst 2019 sahen die Handelsvermittlungsunternehmen eine erneut, aber nur noch geringfügig nachlassende, und auch noch nicht wirklich schlechte Konjunktur. Auch die kurzfristigen Erwartungen zur Entwicklung der Geschäftslage haben sich weiter eingetrübt, während die langfristigen Aussichten etwas besser beurteilt wurden.

Zwar beurteilte mit 8,7 Prozent ein etwas höherer Anteil der Teilnehmer ihre aktuelle Geschäftslage mit sehr gut, als im Sommer, aber der Anteil derjenigen, die ihre Geschäftslage als gut beurteilten ging erneut spürbar von 41,9 auf 38,3 Prozent zurück. Der Anteil der befriedigenden Beurteilungen stieg nur leicht von 39,6 auf 40,9 Prozent. Wirklich schlecht beurteilten ihre Geschäftslage aber nur 12,1 Prozent der teilnehmenden Handelsvertreter. Im Sommer lag deren Anteil allerdings nur bei 10,1 Prozent.

Noch deutlich skeptischer fiel die Beurteilung der jeweiligen Branchenlage aus. Der Anteil der sehr guten Beurteilungen ging von 8,1 auf 6,1 Prozent und der Anteil der guten Beurteilungen von 40,6 auf 34,8 Prozent zurück. Zufriedenstellend beurteilten im Herbst dagegen 45,1 Prozent der Handelsvertreter die jeweilige Branchenlage, nach 40,1 Prozent im vergangenen Sommer. Für schlecht erachteten 14,0 Prozent der Teilnehmer die Lage ihrer Branche. Im Sommer betrug deren Anteil nur 11,2 Prozent.

Kritischere Beurteilung der Aussichten

Hinsichtlich der kurzfristigen Aussichten, war im Herbst die Beurteilung der geschäftlichen Perspektiven noch kritischer, als im letzten Sommer. Der Anteil derjenigen, die kurzfristig eher schlechtere geschäftliche Perspektiven sahen, ist gegenüber dem vergangenen Sommer von 22,5 auf 29,5 Prozent kräftig angestiegen, während der Anteil der Optimisten, die kurzfristig eine Verbesserung erwarteten, geringfügig von 13,0 auf 12,5 Prozent zurückging. Eine von 62,5 auf

54,5 Prozent stark geschrumpfte Mehrheit der Teilnehmer erwartete keine Veränderungen.

Deutlich uneinheitlicher wurden, wie üblich, die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Aber die Veränderungen gegenüber der Sommerumfrage fielen, im Gegensatz zur Beurteilung der kurzfristigen Perspektiven positiv aus.

Verbesserungen beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben.

Im dritten Quartal 2019 konnten 48,2 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Im Vorquartal war das nur 47,8 Prozent im ersten Quartal aber noch 52,2 Prozent der Teilnehmer gelungen. Ein deutlich gestiegener Anteil von 13,7 Prozent, nach 10,6 Prozent im zweiten Quartal 2019, konnte seinen vermittelten Warenumsatz sogar ganz beträchtlich steigern, um mehr als 10 Prozent.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im dritten Quartal 2019 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 47,8 Prozent im zweiten Quartal auf 43,9 Prozent deutlich gesunken. Der Anteil der teilnehmenden Handelsvertreterbetriebe, die im dritten Quartal 2019 ihren vermittelten Warenumsatz steigern konnten, war also mit 48,2 Prozent spürbar größer, als der Anteil derjenigen mit Umsatzeinbußen mit 43,9 Prozent.

Dabei war der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes im dritten Quartal 2019 mit 24,2 Prozent nach 29,4 Prozent im zweiten Quartal besonders stark rückläufig. Allerdings ist der Anteil der Teilnehmer mit kräftigen Umsatzeinbußen von mehr als 10 bis zu 30 Prozent von 12,1 Prozent im zweiten Quartal 2019 auf 13,3 Prozent leicht angewachsen. Der Anteil der Handelsvertreterbetriebe, die noch höhere Einbußen verkraften mussten, blieb im dritten Quartal 2019 mit 6,4 gegenüber 6,3 Prozent im Vorquartal nahezu konstant.

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH