

Ergebnisse des 30. CDH-Vertriebsbarometers

Leichte Erholung

Während der Befragung der Handelsvermittlungsunternehmen zum 30. Online-Vertriebsbarometer im Frühjahr 2021 war die Wirtschaft weiterhin im Griff der Corona-Krise. Trotzdem haben sich die Beurteilungen der eigenen Geschäftslage und mehr noch der Situation der jeweiligen Branche nach der Stagnation im Herbst und der Verbesserung im Sommer erneut leicht verbessert. Deutlich optimistischer als im Herbst, wurden dagegen vor allem die kurzfristigen Geschäftsaussichten beurteilt.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren dabei, wie im Sommer, sehr groß. Deutlich überdurchschnittlich positiv waren die Beurteilungen von aktueller Geschäfts- und Branchenlage nur in den drei Branchen Bauwesen, Elektrotechnik und Zulieferindustrie. In allen anderen Branchen blieben die Beurteilungen mehr oder weniger deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt. Mit 7,8 bzw. 5,8 Prozent der Teilnehmer beurteilte zwar jeweils ein etwas geringerer Anteil der Teilnehmer als im Herbst ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage als sehr gut, aber der Anteil der guten Beurteilungen war mit 28,8 bzw. 33,2 Prozent der Nennungen bei weitem höher als im Herbst, mit jeweils 24 Prozent. Während der Anteil der zufriedenstellenden Beurteilungen der eigenen Geschäftslage entsprechend spürbar von 39,0 auf 34,9 Prozent sank und der Anteil der schlechten Beurteilungen sogar geringfügig um 0,3 Prozentpunkte auf 28,5 Prozent stieg, war es bei der Beurteilung der Branchenlage genau umgekehrt. Hier sank gegenüber der Herbstumfrage der Anteil der zufriedenstellenden Beurteilungen nur um 0,1 Prozentpunkte auf 40,3 Prozent aber der Anteil der schlechten Einschätzungen der Branchenlage verringerte sich drastisch von 29,3 auf 20,8 Prozent.

Aussichten spürbar verbessert

Deutlich optimistischer als im Herbst und Sommer, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. 14,4 Prozent betrug der Anteil der eher besseren

kurzfristigen Erwartungen nach nur 7,0 Prozent im Herbst und 11,4 Prozent im Sommer. Deutlich gewachsen, von 39,9 auf 50,5 Prozent, ist auch der Anteil derjenigen, die kurzfristig wenig Änderung erwarteten. Drastisch rückläufig war mit 26,8 Prozent nach 39,9 Prozent im Herbst bzw. nach 38,3 Prozent im Sommer, dagegen der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten. Aktuell nur noch 8,3 Prozent der Teilnehmer, nach 13,3 Prozent im Herbst und 11 Prozent im Sommer, traute sich keine Beurteilung der kurzfristigen Aussichten zu. Während des Shut-Downs im Frühjahr 2020 lag dieser Anteil sogar noch bei fast einem Viertel der Teilnehmer (23,6 Prozent).

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, wurden erneut die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Allerdings war die Veränderung gegenüber der Herbstumfrage nicht so stark, wie bei den kurzfristigen Erwartungen. So ist der Anteil der Optimisten – trotz Corona - jetzt um 2,8 Prozentpunkte von 33,1 auf 35,9 Prozent weiter angewachsen. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist etwas stärker, von 22,0 Prozent im letzten Herbst auf 25,8 Prozent der Teilnehmer gestiegen. Passend dazu ist der Anteil der Teilnehmer, die langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen hatten, von 27,5 Prozent im Herbst auf 24,0 Prozent zurückgegangen. Das gilt auch für den Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen Aussichten nicht zutrauten. Dieser ist von 17,4 Prozent im vergangenen Herbst auf 14,4 Prozent der Teilnehmer zurückgegangen.

Wenig Änderung beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben. Natürlich passt die Umsatzentwicklung des vierten Quartals 2020, mit erneuten Lockdowns in dessen Verlauf, im Vergleich zum Vorquartal, nach dem Ende des ersten Shutdowns, nicht ganz zu den oben geschilderten Beurteilungen und Erwartungen in diesem Frühjahr.

Im vierten Quartal 2020 konnten aber immerhin 37,4 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe, nach 38,3 Prozent im Sommerquartal und nur 24,3 Prozent im zweiten Quartal, ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Dabei war der Anteil der Teilnehmer mit großem Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent von 4,5 im dritten auf 2,5 Prozent im vierten Quartal 2020 allerdings spürbar rückläufig. Dafür konnten nun 12,4 nach 10,5 Prozent der Teilnehmer Ihren Umsatz um 11 bis 30 Prozent steigern. Eine Steigerung um bis zu 10 Prozent gelang im vierten Quartal 2020 dagegen nur noch 22,5 Prozent der Teilnehmerbetriebe. Deren Anteil war im Vorquartal mit 23,3 Prozent noch etwas höher gewesen.

Der Anteil der Teilnehmer, die im vierten Quartal 2020 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, ist gegenüber dem Vorquartal wieder leicht, von 53,3 auf 55,1 Prozent angestiegen. Er liegt damit aber erneut deutlich unter den 71,9 Prozent im zweiten Quartal 2020. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes mit 15,7 Prozent im vierten nach 15,3 Prozent im dritten Quartal 2020 leicht, um 0,4 Prozentpunkte gewachsen. Deutlich stärker, um 2,5 Prozentpunkte, ist der Anteil der Handelsvertreter mit Umsatzeinbußen von 11 bis 30 Prozent von 19,2 auf 21,7 Prozent angestiegen. Erfreulicherweise um 1,1 Prozentpunkte rückläufig war dagegen der Anteil der Teilnehmerbetriebe, die im vierten Quartal 2020 einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vorquartal verkraften mussten. Er sank von 18,8 auf 17,7 Prozent.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 30. Vertriebsbarometer beteiligten sich 395 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern für diese deutlich überdurchschnittliche Beteiligung ein herzliches Dankeschön! Davon gehörte fast ein Drittel den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen/Industrieausrüstung und Zulieferindustrie an und fast jeder siebte Teilnehmer entfiel auf Bauwesen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren und Schuhe, Möbel, Sportartikel und Textilerzeugnisse, besonders von den Schließungen im Einzelhandel betroffen waren und sind, entfielen mit 106 dagegen nur knapp 27 Prozent der Teilnehmerbetriebe.

Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden. Die Anteile der Teilnehmer die den oben erwähnten Konsumgüter- und technischen Branchen angehören, entsprachen jeweils insgesamt nahezu exakt den entsprechenden Teilnehmeranteilen der jüngsten CDH-Statistik. Der Anteil der Teilnehmer aus den Baubranchen lag dagegen deutlich unter dem der CDH-Statistik 2020.

Berlin, Mai 2021

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH