

36. CDH-Vertriebsbarometer Frühjahr 2023

Verbesserte Lage bei weniger verhaltenen Erwartungen

In der Befragung der Handelsvertreter zum 36. Online-Vertriebsbarometer im März-April 2023, wurde die aktuelle Geschäftslage zwar von einem geringfügig niedrigeren Anteil der Teilnehmer als im Herbst positiv, aber von einem deutlich höheren Anteil unverändert und einem spürbar geringeren Anteil schlecht beurteilt. Deutlich besser als im vergangenen Herbst, wurde die jeweilige aktuelle Branchenlage gesehen. Sowohl die kurzfristigen Geschäftsaussichten als auch die langfristigen Perspektiven wurden von deutlich höheren Anteilen der Teilnehmer besser oder unverändert beurteilt. Entsprechend geringer fiel jeweils der Anteil der pessimistischen Beurteilungen der kurz- und langfristigen Perspektiven aus. Auch die Unsicherheit nahm ab.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten (-3,8 %) und der guten (+3,4 %) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen um 0,4 Prozentpunkte gegenüber dem letzten Herbst ganz leicht auf jetzt insgesamt 48 Prozent zurückgegangen. Der Anteil der schlechten Beurteilungen sank dagegen spürbar von 14,1% auf 10,5% der Teilnehmer.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren bei allen Beurteilungen, wie immer, sehr groß. Deutlich überdurchschnittlich häufig gut und sehr gut waren – auch gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Bekleidung (73,3% !), Maschinen und Industrieausrüstung (62%), Bauwesen (57,5%) und Elektrotechnik (56,3%), die zusammen fast 47% der Teilnehmer ausmachten. Mit Ausnahme des Bauwesens mit einem deutlich unterdurchschnittlichen Anteil von 6,4% schlechten Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage, gab es in den drei anderen genannten Bereichen überhaupt keine Handelsvertreter mit schlechter aktueller Geschäftslage.

Insgesamt etwa durchschnittlich oder nur leicht unterdurchschnittlich, wurde die Geschäftslage von den Handelsvertretern für Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 46,6%, in der Zulieferindustriebranche mit 45,5% und im Sammelbereich Andere mit 48,8% guter und sehr guter Bewertungen beurteilt, wobei es im erstgenannten Bereich ebenfalls überhaupt keine schlechte Bewertung gab. Auf diese drei Bereiche entfielen 30,7% der Teilnehmer.

Daran gemessen waren die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in allen anderen sieben Branchen, mit insgesamt knapp 22,4% der Teilnehmer, schlechter als der Durchschnitt. Allerdings überstieg der Anteil der guten Bewertungen der Geschäftslage in der Nahrungs- und Genussmittelbranche von 37,5% den der schlechten Beurteilungen mit 12,5% bei weitem. Ungewöhnliches Ergebnis dieses CDH-Vertriebsbarometers waren die exakt gleich hohen Anteile positiver (guter und sehr guter) und negativer Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte (37,5%), Textilerzeugnisse (28,6%), Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren 22,2% und Sportartikel (20%). Sämtliche übrigen Handelsvertreter dieser Branchen und die wenigen Teilnehmer aus der Schuh- und Lederwarenbranche beurteilten ihre Geschäftslage alle mit befriedigend. Lediglich in der Einrichtungsbranche übertraf der Anteil der schlechten Beurteilungen (20%) die der guten mit 10% um das Doppelte.

Einschätzung der Branchenlage ebenfalls verbessert

Eindeutig verbessert hat sich gegenüber dem vergangenen Herbst die Beurteilung der jeweiligen Branchenlage mit einem spürbaren Anstieg der (sehr) guten (+3,9% auf 42,1%) und befriedigenden (+5,7% auf 48,7%) Einschätzungen und einem deutlich rückläufigen Anteil (-9,7% auf 9,2%) der schlechten Beurteilungen. Mit Ausnahme des noch geringeren Anteils der sehr guten Beurteilungen war nun die Einschätzung der jeweiligen Branchenlage im Durchschnitt aller Teilnehmer genauso gut, wie die der eigenen Geschäftslage. Auch hier waren aber die Unterschiede zwischen den Branchen gewaltig.

In den fünf Branchen Elektrotechnik mit 75,1%, Bauwesen mit 61,7%, Medizinprodukte mit 62,5%, Sportartikel mit 60% und Nahrungs- und Genussmittel mit 50%, auf die zusammen gut 36,8% aller Teilnehmer entfielen, wurde die aktuelle Branchenlage weit überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet. Der Anteil der schlechten Einschätzungen lag unter den Handelsvertretern für Medizinprodukte mit 25% und für Nahrungs- und Genussmittel mit 12,5% allerdings deutlich bzw. moderat über dem Gesamtdurchschnitt, in den drei anderen genannten Branchen dagegen weit darunter, bei Sportartikeln sogar bei null. Ebenfalls überhaupt keine schlechte Einschätzung gab es auch im Bereich Maschinen und Industrieausrüstung dessen 29 Teilnehmer die Branchenlage mit 44,8% guten Beurteilungen leicht überdurchschnittlich bewerteten.

In allen übrigen acht Branchen, auf die etwas über die Hälfte aller Teilnehmer entfiel, lag der Anteil positiver Einschätzungen mehr oder weniger stark unter dem Gesamtdurchschnitt. Aber auch hier gab es mit Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren sowie Schuhen und Lederwaren zwei Branchen, aus denen kein einziger Teilnehmer eine schlechte Branchenlage konstatierte. Aus der letztgenannten

Branche sah aber auch kein einziger Handelsvertreter eine gute Branchenlage. Das gilt auch für die Handelsvertreter für Textilerzeugnisse, von denen zudem 42,9% eine schlechte Branchenlage angaben, was die bei weitem schlechteste aller Beurteilungen war.

Zukunftserwartungen deutlich optimistischer

Die üblicherweise deutlich kritischere Beurteilung der kurzfristigen gegenüber den langfristigen Geschäftsaussichten, hat sich gegenüber dem letzten Herbst noch stärker verbessert als die langfristigen Perspektiven und damit ein gutes Stück aufgeholt. An kurzfristige Besserung glaubte fast jeder achte Teilnehmer, deren Anteil sich damit gegenüber dem letzten Herbst verdreifachte. Über die Hälfte sieht kurzfristig keine Änderung. Deren Anteilszuwachs von 12,9 Prozentpunkten auf 50,7 Prozent war größer als der der Optimisten insgesamt. Und mit immer noch einem knappen Drittel der Teilnehmer sank mit Blick auf die kurzfristige Entwicklung der Anteil der Pessimisten gegenüber vergangenem Herbst um satte 19,9 Prozentpunkte.

Trotzdem bleiben die langfristigen Erwartungen insgesamt etwas optimistischer, als die kurzfristigen. Mit einem Anteil von jeweils 26,2 Prozent der Teilnehmer hielten sich hierzu die optimistischen und die pessimistischen Beurteilungen die Waage, wobei deren Anteil um 11,9% deutlich stärker gesunken, als der Anteil der Optimisten gestiegen (+7,3%) ist. Kräftig gewachsen ist damit um 7,5% auf 34,9% auch der Anteil derjenigen, die langfristig keine Veränderung erwarten.

Im Hinblick auf die kurzfristigen Perspektiven war der Anteil der Pessimisten in der Sportartikelbranche (60%), der Möbelbranche (50%) der Baubranche (46,8%) und der Textilbranche (42,8 %) am höchsten und deutlich über dem Durchschnitt von 33,2%. Mit Ausnahme der Sportartikelbranche lag der Anteil der Pessimisten damit aber noch unter deren Anteil aller Teilnehmer im vergangenen Herbst. Am wenigsten Pessimisten gab es unter den Handelsvertretern für Bekleidung und Papier, Verpackung, Büro, Druck, deren Anteil mit jeweils 13,3% weit unter dem Durchschnittswert lag.

Der Anteil der Optimisten war am höchsten unter den Handelsvertretern für Textilerzeugnisse (28,6%), Medizinprodukte (25%), GPK/Haushaltswaren (22,2%) und Bekleidung (20%). In der Schuh- und Lederwaren-, Möbel-, Sportartikel- und Zulieferbranche glaubte dagegen niemand an eine kurzfristige Verbesserung der Geschäftsaussichten. In allen übrigen sechs Branchen lag der Anteil der Optimisten mit einer Ausnahme (Andere) leicht über deren Gesamtanteil von 12,2%.

Bei der Beurteilung der langfristigen Geschäftsaussichten gab es ebenfalls große Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen. Überdurchschnittlich viele

Teilnehmer der Branchen Medizinprodukte (50%), Schuhe und Lederwaren (50%), Bekleidung (46,7%), GPK/Haushaltswaren (44,4%), Textilerzeugnisse (42,9%) und Nahrungs- und Genussmittel (37,5%) erwarteten langfristig bessere Geschäftsaussichten. Am seltensten und deutlich unterdurchschnittlich waren langfristig optimistische Erwartungen unter den Handelsvertretern für Sportartikel (keiner), aus den Baubranchen (17%), für Elektrotechnik (18,8%), Möbel (20%) und aus der Zulieferindustrie (22,7%) festzustellen. Der Anteil der Optimisten lag in den drei übrigen Bereichen knapp über oder leicht unter dem Gesamtdurchschnitt von 26,2%.

Der Anteil der Teilnehmer, die ihre langfristigen Geschäftsaussichten negativ beurteilten, war in den Branchen Sportartikel mit 60%, Schuhe und Lederwaren mit 50%, Bauwesen mit 44,7% und Elektrotechnik mit 31,3% am höchsten und weit über dem Gesamtdurchschnitt von 26,2%. Diesem entsprach in etwa der Anteil der Pessimisten aus den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 26,7% und Nahrungs- und Genussmittel mit 25%. In allen übrigen acht Branchen lag der Anteil der Pessimisten zwischen 10% (Möbel) und 22,7 (Zulieferindustrie) und damit mehr oder weniger deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt.

Vermittelter Warenumsatz insgesamt leicht erhöht

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (IV 2022) gegenüber dem Quartal davor (III 2022) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten 34,5% (+3,1 %) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 13,1% (-0,3%) der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11 bis 30 Prozent und 4,4% (+0,5%) der Teilnehmer konnten ihren vermittelten Warenumsatz sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal steigern. Insgesamt gelang also 52% der Teilnehmer eine Steigerung ihres vermittelten Warenumsatzes.

Dagegen mussten jetzt 21% (+0,7%) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent aber nur noch 11,8% (-7,2 %) der Teilnehmer einen Rückgang von 11 bis 30 Prozent hinnehmen. Der Anteil der Teilnehmer, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes von mehr als 30 Prozent verkraften mussten, ist dagegen geringfügig von 7,2% auf 7,4% gestiegen. Der Anteil von Teilnehmerbetrieben mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal lag mit 52% über der Hälfte und war deutlich höher, als der 40,2-prozentige Anteil derjenigen, die Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten.

Die Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen waren auch hier sehr groß. Zum Teil lassen sich aber auch saisonale Einflüsse und ausgesprochene Firmenkongjunktoren aus den Ergebnissen herauslesen. Deshalb erfolgt hier nur eine verbale Beurteilung der wichtigsten Branchenergebnisse. Besonders und überdurchschnittlich häufig erfolgreich waren die Teilnehmer aus den Branchen Elektrotechnik, Bekleidung, Medizinprodukte, Papier-Verpackung- Büro-Druck und Maschinen und Industrieausrüstung. Von den Teilnehmern aus den Branchen Möbel, Textilerzeugnisse, Schuhe und Lederwaren, Nahrungs- und Genussmittel und dem Sammelbereich „Andere“ war dagegen ein überdurchschnittlich hoher Anteil von Umsatzeinbrüchen betroffen. Aus den Branchen GPK/Haushaltswaren und Bauwesen war nur ein leicht überdurchschnittlicher Anteil der Teilnehmer im 4. Quartal 2022 von Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorquartal betroffen.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 36. Vertriebsbarometer beteiligten sich 228 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 67 Teilnehmern fast 29,4 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen/Industrieausrüstung und Zulieferindustrie an. Besonders viele Teilnehmer (47 bzw. 20,6%) kamen aus den Baubranchen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren/Schuhe, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel und Sportartikel, entfielen mit 51 kaum mehr und nur knapp 22,4% der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 63 Teilnehmern, gehörten 33 und damit mehr als die Hälfte zum Sammelbereich „Andere“. Die übrigen 30 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen Medizinprodukte (8), Textilerzeugnisse (7) und Papier-Verpackung-Büro-Druck (15). Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Genau 48% der Teilnehmer beurteilten ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. So positiv beurteilten gut 42% auch die aktuelle Lage ihrer Branche. Fast 41,5% bzw. 48,7% der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage sank um 3,6% auf 14,1% bzw. um 9,7% (!) Auf 9,2%.
- Fast jeder achte Teilnehmer und damit ein nahezu verdreifachter Anteil als im Herbst, rechnete kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäfts- und Branchenlage. Keine Änderungen erwarteten kurzfristig gut die Hälfte der Teilnehmer. Kurzfristige Verschlechterungen erwartete jetzt nur noch ein knappes Drittel der Teilnehmer. Der Anteil der Pessimisten hat sich damit gegenüber der Herbstumfrage um 19,9% drastisch verringert.

- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit 26,2% mehr als ein Viertel der Teilnehmer positiv und damit exakt genauso viele, wie langfristig mit einer Verschlechterung rechneten. Der Anteil der Optimisten ist damit gegenüber der Herbstumfrage um 7,3% fast so stark gestiegen, wie der Anteil der Befragten (+7,5%), die langfristig keine Änderung erwarteten. Der Anteil der Pessimisten sank um 11,9% und nur noch 12,7% (-2,9%) der Teilnehmer hielt die langfristigen Geschäftsaussichten für nicht beurteilbar.
- Der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im vierten Quartal 2022 gegenüber dem Vorquartal ist um 4,3% auf 52% angestiegen. Der 40,2-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten ist sogar um 6,3% zurückgegangen.

Berlin, April 2023