

37. CDH-Vertriebsbarometer, Sommer 2023

Verschlechterung der Lage bei stark gesunkenen Umsätzen und deutlich pessimistischere Erwartungen

In der Befragung der Handelsvertreter zum 37. Online-Vertriebsbarometer im Juli 2023, wurde die aktuelle Geschäftslage zwar immer noch von einem bei weitem größeren Anteil der Teilnehmer mit gut oder sehr gut als mit schlecht beurteilt, aber die positiven Beurteilungen waren gegenüber dem Frühjahr rückläufig, während der Anteil negativer Beurteilungen wuchs. Das gilt in deutlich stärkerem Maße für die Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage und der kurzfristigen und langfristigen Geschäftsaussichten. Die langfristigen Perspektiven wurden dabei etwas weniger pessimistisch gesehen als die kurzfristigen Aussichten.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten (-4,4 %) und der guten (-1,2 %) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen um 5,6 Prozentpunkte gegenüber dem letzten Frühjahr auf jetzt insgesamt 42,4 Prozent zurückgegangen. Der Anteil der schlechten Beurteilungen stieg dagegen spürbar von 10,5% auf 17,5% der Teilnehmer.

Wie immer, waren die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen bei allen Beurteilungen sehr groß. Und trotz des rückläufigen Gesamttrends gibt es Branchen, in denen sich die aktuelle Situation gegenüber dem Frühjahr verbessert hat. Deutlich überdurchschnittlich häufig gut und sehr gut waren – auch gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Elektrotechnik und Zulieferindustrie (je 60%), Maschinen und Industrieausrüstung (53,2%), Bauwesen (52,5%) und Nahrungs- und Genussmittel (45,5%), die zusammen fast 55,4% der Teilnehmer ausmachten. Auch wenn man die Differenz zwischen guten und sehr guten Beurteilungen einerseits und schlechten Beurteilungen der Geschäftslage andererseits betrachtet, schneiden diese fünf Branchen am besten ab. Nur deren Reihenfolge ändert sich dann, wobei Nahrungs- und Genussmittel dann auf den Spitzenplatz vorrückt, weil es dort keine schlechten Beurteilungen der Lage gab.

Insgesamt etwa durchschnittlich oder nur relativ leicht unterdurchschnittlich, wurde die Geschäftslage von den Handelsvertretern für Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 42,8% guter und sehr guter und in der Bekleidungsbranche mit 38,5% guter Bewertungen beurteilt, deren Lage sich damit gegenüber dem Frühjahr aber deutlich verschlechtert hat.

Daran gemessen waren die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in allen anderen sechs Branchen und dem Sammelbereich „Andere“, mit insgesamt knapp 34,6% der Teilnehmer, schlechter als der Durchschnitt. Allerdings überstieg der Anteil der guten und sehr guten Bewertungen der Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte (33,3%) und Textilerzeugnisse

(33,1%) sowie dem Sammelbereich Andere (33,3%) den der schlechten Beurteilungen mit 11,1% und 15,4% bzw. 18,5% bei weitem. Ungewöhnliches Ergebnis dieses CDH-Vertriebsbarometers waren die exakt gleich hohen Anteile guter und schlechter Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren mit 23,1% und Sportartikel mit 25%. 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 (36,8%) die der guten mit 10,5% um das Dreieinhalbfache.

Einschätzung der Branchenlage noch deutlicher verschlechtert

Noch deutlicher verschlechtert hat sich gegenüber dem vergangenen Frühjahr die Beurteilung der jeweiligen Branchenlage mit einem starken Anstieg der schlechten (+12,4% auf 21,6%) und einem noch kräftigeren Rückgang der (sehr) guten Einschätzungen (zusammen -14,9% auf 27,2%). Der Anteil der befriedigenden Beurteilungen nahm um 2,6% auf 51,3% leicht zu. Eine per Saldo geringfügig bessere Einschätzung der Branchenlage als im Frühjahr gab es nur in der Textilerzeugnis-Branche und bei der Zulieferindustriebranche. In allen anderen Branchen verringerten sich die Anteile der positiven und erhöhten sich die Anteile der negativen Beurteilungen, wenn auch in sehr unterschiedlichem Ausmaß.

Nur in den drei Branchen Elektrotechnik mit 56%, Zulieferindustrie mit 40% und Bauwesen mit 37,7%, auf die zusammen allerdings gut 39,4% aller Teilnehmer entfielen, wurde die aktuelle Branchenlage weit überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet. Allerdings lag der Anteil der schlechten Einschätzungen unter den Handelsvertretern der Zulieferindustrie mit 25% und der Baubranche mit 23,1% auch leicht über dem Gesamtdurchschnitt, bei den Elektrotechnikern mit 8% dagegen weit darunter. In den Branchen Maschinen und Industrierausrüstung und Nahrungs- und Genussmittel beurteilten 28,1% bzw. 27,3% der Teilnehmer und damit ein knapp überdurchschnittlicher Anteil ihre Branchenlage als gut. In allen übrigen neun Branchen blieb der Anteil der positiven Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage mehr oder weniger deutlich unter deren Gesamtanteil. Auffällig ist, dass es nur noch in den Branchen Bauwesen, Elektrotechnik, Medizinprodukte und dem Sammelbereich Andere überhaupt noch sehr gute Bewertungen der Branchenlage gab. Aus den Branchen GPK-Haushaltswaren, Lederwaren und Schuhe und Sportartikel gab es dagegen nicht einmal mehr gute Einschätzungen der Branchenlage.

Weit über dem Gesamtdurchschnitt von 21,6%, war der Anteil schlechter Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage unter den Handelsvertretern für Möbel und Einrichtungsgegenstände mit 47,4%, für Textilerzeugnisse mit 46,2% und für Sportartikel mit 37,5%. Deutlich überdurchschnittlich häufig waren auch die schlechten Einschätzungen der Branchenlage aus den Branchen Lederwaren und Schuhe mit 30,8% und Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 28,6%. In allen anderen neun Branchen lag der Anteil der schlechten Bewertungen der eigenen Branchenlage zwischen 0 und 25% und damit nur knapp über bis deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt schlechter Beurteilungen.

Zukunftserwartungen erheblich pessimistischer

Noch deutlich kritischer als die Lagebeurteilungen, fielen im Vergleich zum Frühjahr die Geschäftserwartungen der teilnehmenden Handelsvertreter aus, vor allem die kurzfristigen. Zwar

sank der Anteil derjenigen, die eine kurzfristige Verbesserung erwarteten, insgesamt nur um 1% auf 11,2%. Gleichzeitig stieg aber der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten drastisch, um 9,6% auf 42,8%. Langfristig gehen mit 26% kaum weniger (-0,2%) Handelsvertreter von einer Besserung aus als im Frühjahr. Der Anteil der Pessimisten mit schlechteren langfristigen Geschäftserwartungen stieg jedoch gegenüber dem Frühjahr auch sehr deutlich um 7,6% auf 33,8% aller Teilnehmer. Kräftig zurückgegangen sind sowohl die Anteile der Befragten, die kurzfristig (-7,6% auf 43,1%) als auch langfristig (-8,1% auf 26,8%) keine Veränderung erwarteten. Damit bleiben die langfristigen Erwartungen insgesamt deutlich optimistischer, als die kurzfristigen.

Im Hinblick auf die kurzfristigen Perspektiven war sowohl der Anteil der Optimisten als auch der Anteil der Pessimisten in jeweils fünf Branchen höher als der Gesamtdurchschnitt. Bei den kurzfristigen Geschäftserwartungen gab es mit 45,5% die meisten Optimisten in der Nahrungs- und Genussmittelbranche, gefolgt von den Branchen Sportartikel mit 25%, Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 21,4%, Möbel mit 15,8% und dem Sammelbereich Andere mit 14,8%. Mit Anteilen von 0 bis 10% lag der Anteil der Optimisten in allen anderen neun Branchen sehr niedrig und weit unter dem Gesamtdurchschnitt. Die höchsten Anteile der Pessimisten, noch über dem ohnehin schon hohen Gesamtanteil von 42,8%, gab es bei den kurzfristigen Erwartungen in den Branchen Maschinen und Industrierausrüstung (53,1%), Möbel (52,6%), Bauwesen (50,8%), Schuhe und Lederwaren (50%) und Sportartikel (46,2%). Mit Werten zwischen 27,3% (Nahrungs- und Genussmittel) und 40% (Zulieferindustrie) blieben die Anteile der Pessimisten in den übrigen Branchen unter deren Gesamtanteil.

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 sowie Schuhe und Lederwaren mit jeweils 75%, Zulieferindustrie mit 45%, Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 42,9%, Bauwesen mit 41% und Textilerzeugnisse mit 38,5% am höchsten und weit über dem ohnehin schon relativ hohen Gesamtdurchschnitt von 33,8%. Nur wenig darunter lag der Anteil der Pessimisten in den Branchen Maschinen und Industrierausrüstung mit 31,3% sowie Bekleidung und GPK/Haushaltswaren mit jeweils 30,8%. In allen übrigen fünf Branchen lag der Anteil der Pessimisten zwischen 14,8% (Andere) und 26,3% (Zulieferindustrie) und damit mehr oder weniger deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt.

Vermittelter Warenumsatz deutlich rückläufig

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (II 2023) gegenüber dem Quartal davor (I 2023) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten 22,7% der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren

vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 9,3% der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11% bis 30% und 1,5% der Teilnehmer sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal steigern. Insgesamt gelang also 33,5% der Teilnehmer eine Steigerung ihres vermittelten Warenumsatzes. Im vierten Quartal 2022 war das noch 52% der im Frühjahr befragten Handelsvertreter gelungen.

Dagegen mussten im zweiten Quartal 2023 jetzt 24,9% (+3,9%) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent und sogar 27,1% (+15,8%) 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 gegenüber unserer Frühjahrserhebung von 7,4% auf 8,9% gestiegen. Der Anteil von allen Teilnehmerbetrieben, die einen Rückgang des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal zu verzeichnen hatten, lag mit 60,9% also deutlich höher, als der 33,5-prozentige Anteil derjenigen, die ihren vermittelten Warenumsatz im vergangenen Quartal gegenüber dem Vorquartal steigern konnten.

Die Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen waren auch hier sehr groß. Besonders und überdurchschnittlich viele Handelsvertreter aus den Branchen Nahrungs- und Genussmittel, (54,6%) Elektrotechnik (52%) und Maschinen und Industrieausrüstung (43,7%) konnten im zweiten Quartal 2023 Umsatzsteigerungen erzielen. Einem leicht überdurchschnittlichen Anteil der Teilnehmer aus den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck (35,7%) und Bauwesen (34,4%) gelang das ebenfalls. Mit 33,3 % bzw. jeweils 30,8% lag der Anteil der Handelsvertreterbetriebe im Sammelbereich Andere bzw. den Branchen Bekleidung und GPK/Haushaltswaren nur leicht unter dem jetzt allerdings stark verringerten Gesamtdurchschnitt. Von den Handelsvertretern aus den übrigen sechs Branchen konnten gar keine (Schuhe und Lederwaren) bis 25% (Zulieferindustrie) ihren vermittelten Warenumsatz steigern.

Die Mehrheit der teilnehmenden Handelsvertreter musste jedoch im zweiten Quartal 2023 erhebliche Rückgänge ihres vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal hinnehmen. Zwar blieb in sechs Branchen der Anteil der Teilnehmer mit Umsatzrückgängen unter dem hohen Gesamtdurchschnitt, lag aber nur bei den drei Branchen Nahrungs- und Genussmittel (45,5%), Elektrotechnik (48%) und Maschinen und Industrieausrüstung (50%) nicht bei mehr als der Hälfte. Besonders häufig hatten die Handelsvertreter für Möbel (84,2%!), Schuhe und Lederwaren, Sportartikel, für die Zulieferindustrie (jeweils 75%) und für GPK/Haushaltswaren (69,3%) und Medizinprodukte (66,6%) unter Umsatzrückgängen zu leiden. Mit Ausnahme der Branchen Zulieferindustrie und Medizinprodukte waren in diesen Branchen auch überdurchschnittlich viele Handelsvertreter von besonders hohen Umsatzrückgängen betroffen.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 37. Vertriebsbarometer beteiligten sich 269 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 77 Teilnehmern über 28,6 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen und Industrieausrüstung und Zulieferindustrie an. Besonders viele Teilnehmer (61 bzw. 22,7%) kamen aus den Baubranchen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren/Schuhe, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel und Sportartikel, entfielen mit 68 nur wenig mehr und nur knapp 25,3% der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 63 Teilnehmern,

gehörten 27 zum Sammelbereich „Andere“. Die übrigen 36 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen Papier-Verpackung-Büro-Druck (14), Textilerzeugnisse (13) und Medizinprodukte (9). Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Über 42% der Teilnehmer beurteilten ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. So positiv beurteilten aber nur gut 27% auch die aktuelle Lage ihrer Branche. Über 40% bzw. 51% der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage stieg um 7% auf 17,5% bzw. um 12,4% (!) auf 21,6%.
- Etwas mehr jeder neunte Teilnehmer und damit ein etwas niedrigerer Anteil als im Frühjahr, rechnete kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäft- und Branchenlage. Keine Änderungen erwarteten kurzfristig über 43% der Teilnehmer, deutlich weniger (-7,6%) als im Frühjahr. Kurzfristige Verschlechterungen erwarteten jetzt mit 42,8% fast ebenso viele Teilnehmer. Der Anteil der Pessimisten hat sich damit gegenüber der Herbstumfrage um 9,6% erheblich vergrößert
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit 26% mehr als ein Viertel der Teilnehmer, kaum weniger als im Frühjahr, positiv. Etwas größer (26,8%), aber damit stark rückläufig (-8,1%) war der Anteil der Befragten, die langfristig keine Änderung erwarteten. Der Anteil der Pessimisten erhöhte sich fast genauso stark, um 7,6% auf 33,8% der Befragten.
- Der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im zweiten Quartal 2023 gegenüber dem Vorquartal ist um -18,5% auf 33,5% zusammengeschmolzen. Der 60,9-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten, ist sogar um 20,7% angewachsen.

Berlin, August 2023