

30. CDH-Vertriebsbarometer im Frühjahr 2021: 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 % 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 % der Nennungen bei weitem höher als im Herbst, mit jeweils 24 %. Während der Anteil der zufriedenstellenden Beurteilungen der eigenen Geschäftslage entsprechend spürbar von 39,0 auf 34,9 % sank und der Anteil der schlechten Beurteilungen sogar geringfügig um 0,3 Prozentpunkte auf 28,5 % 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 % aber der Anteil der schlechten Einschätzungen der Branchenlage verringerte sich drastisch von 29,3 auf 20,8 %.

Aussichten spürbar verbessert

Deutlich optimistischer als im Herbst und Sommer, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. 14,4 % betrug der Anteil der eher besseren kurzfristigen Erwartungen nach nur 7,0 % im Herbst und 11,4 % im Sommer. Deutlich gewachsen, von 39,9 auf 50,5 %, ist auch der Anteil derjenigen, die kurzfristig wenig Änderung erwarteten. Drastisch rückläufig war mit 26,8 % nach 39,9 % im Herbst bzw. nach 38,3 % im Sommer, dagegen der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten. Aktuell nur noch 8,3 % der Teilnehmer, nach 13,3 % im Herbst und 11 % 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 %).

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 % weiter angewachsen. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist etwas stärker, von 22,0 % im letzten Herbst auf 25,8 % der Teilnehmer gestiegen. Passend dazu ist der Anteil der Teilnehmer, die langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen hatten, von 27,5 % im Herbst auf 24,0 % zurückgegangen. Das gilt auch für den Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen

Aussichten nicht zutrauten. Dieser ist von 17,4 % im vergangenen Herbst auf 14,4 % 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 % der beteiligten Handelsvertreterbetriebe, nach 38,3 % im Sommerquartal und nur 24,3 % im zweiten Quartal, ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Dabei war der Anteil der Teilnehmer mit großem Umsatzzuwachs von mehr als 30 % von 4,5 im dritten auf 2,5 % im vierten Quartal 2020 allerdings spürbar rückläufig. Dafür konnten nun 12,4 nach 10,5 % der Teilnehmer ihren Umsatz um 11 bis 30 % steigern. Eine Steigerung um bis zu 10 % gelang im vierten Quartal 2020 dagegen nur noch 22,5 % der Teilnehmerbetriebe. Deren Anteil war im Vorquartal mit 23,3 % 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 % angestiegen. Er liegt damit aber erneut deutlich unter den 71,9 % im zweiten Quartal 2020. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 % des vermittelten Warenumsatzes mit 15,7 % im vierten nach 15,3 % 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 % 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 % gegenüber dem Vorquartal verkraften mussten. Er sank von 18,8 auf 17,7 %.

Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze

Jeweils deutlich mehr als ein Drittel der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage und die Situation ihrer Branche als gut oder sehr gut. Knapp 35 bzw. etwas mehr als 40 % hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Spürbar geringer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäftslage mit 28,5 %. Die Branchenlage bezeichneten mit 20,8 % noch deutlich weniger Teilnehmer als schlecht.

Kurzfristig erwartete nur noch etwas mehr als ein Viertel der Befragten Verschlechterungen. Keine Änderungen erwartete kurzfristig etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer. Nur gut jeder siebte Teilnehmer rechnete kurzfristig mit Verbesserungen.

Die langfristigen Perspektiven beurteilte mehr als ein Drittel der Teilnehmer optimistisch, etwas weniger als ein Viertel pessimistisch und ein gutes Viertel erwartete keine Veränderungen.

Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer hatte im vierten, genau wie im dritten Quartal 2020, Einbußen beim vermittelten Warenumsatz zu verzeichnen, mit leicht steigender Tendenz. Nur 37,4 % der Teilnehmer und damit geringfügig weniger als im Vorquartal konnten im vierten Quartal 2020 Zuwächse ihres vermittelten Warenumsatzes erzielen.