

35. CDH-Vertriebsbarometer, Herbst 2022

Wenig veränderte Lage bei pessimistischeren Erwartungen

In der Befragung der Handelsvertreter zum 35. Online-Vertriebsbarometer im Oktober-November 2022, wurde die aktuelle Geschäftslage überraschenderweise von einem nur wenig geringeren Anteil der Teilnehmer als im Sommer positiv beurteilt. Wesentlich kritischer wurde dagegen die jeweilige aktuelle Branchenlage gesehen. Deutlich häufiger als im Sommer, wurden vor allem die kurzfristigen Geschäftsaussichten schlecht beurteilt. Die langfristigen Perspektiven wurden dagegen nicht ganz so skeptisch gesehen.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren bei allen Beurteilungen, wie immer, sehr groß. Deutlich überdurchschnittlich häufig positiv waren – gemessen am Gesamtdurchschnitt - die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Bauwesen, Elektrotechnik und Nahrungs- und Genussmittel. Im Bereich Maschinen und Industrieausrüstung und der Möbelbranche kam eine überdurchschnittlich gute Beurteilung durch den weit unterdurchschnittlichen Anteil schlechter Beurteilungen der Geschäftslage zustande. Insgesamt etwa durchschnittlich oder nur knapp unterdurchschnittlich, wurde die Geschäftslage in der Textil- und Zulieferindustriebranche und im Sammelbereich Andere beurteilt. Dazu wurde als Maßstab die Differenz von guten und sehr guten Beurteilungen einerseits und schlechten Beurteilungen andererseits, herangezogen.

Daran gemessen waren die Beurteilungen in allen anderen sechs Branchen schlechter als der Durchschnitt. Trotzdem überstiegen die Anteile der sehr guten (nur GPK) und guten Bewertungen der Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte, Schuhe und Lederwaren, Sportartikel und Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren, die Anteile der schlechten Bewertungen bei weitem. Lediglich in den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck und Bekleidung übertraf der Anteil der positiven Beurteilungen die der negativen nur geringfügig um 5,9 Prozentpunkte oder war mit jeweils einem Drittel gleich groß (Bekleidung).

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten (+1,8 %) und der guten (-4,9 %) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen um 3,1 Prozentpunkte gegenüber dem Sommer leicht auf jetzt insgesamt 48,4 Prozent zurückgegangen. Der Anteil der schlechten Beurteilungen stieg dagegen nur wenig von 13,6 auf 14,1 Prozent der Teilnehmer.

Einschätzung der Branchenlage deutlich kritischer

Die sehr guten und befriedigenden Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage unterschieden sich in diesem Herbst erneut stärker als üblich von denen der eigenen Geschäftslage. Der Anteil der sehr guten Beurteilungen der Branchenlage war mit 3,3 Prozent deutlich geringer als die der Geschäftslage mit 13,4 Prozent. Deutlich höher war der jeweilige Anteil der befriedigenden und der schlechten Beurteilungen der Branchenlage (43 % bzw. 18,9 %) gegenüber der eigenen Geschäftslage (37,6 % bzw. 14,1 %). Die guten Beurteilungen von Branchen- und eigener Geschäftslage unterschieden sich dagegen kaum. Gegenüber der Sommerumfrage sind die sehr guten und guten Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage deutlich, zusammen um 7,2 Prozentpunkte auf jetzt 38,2 Prozent zurückgegangen, während die schlechten Beurteilungen um 6,1 Prozentpunkte auf 18,9 Prozent angestiegen sind.

Nur noch in den Branchen Elektrotechnik und Bauwesen, wurde die aktuelle Branchenlage weit überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet. Leicht über dem Gesamtdurchschnitt lagen die Anteile dieser Bewertungen der Branchenlage im Sammelbereich Andere und bei Maschinen und Industrieausrüstung. Im Sammelbereich Andere war aber auch der Anteil der schlechten Beurteilungen weit überdurchschnittlich hoch, während er in den anderen drei genannten Branchen weit unter dem Durchschnitt lag, besonders bei Maschinen und Industrieausrüstung. Das gilt auch für die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Zulieferindustrie, und vor allem Lederwaren und Schuhe, deren wenige Teilnehmer alle eine befriedigende Branchenlage konstatierten.

Mehr oder weniger größer als im Durchschnitt waren die Anteile der schlechten Beurteilungen der Branchenlage in den übrigen sieben auswertbaren Branchen. Sehr hoch vor allem, wie schon im Sommer, bei Textilerzeugnissen, GPK/Haushaltswaren und Bekleidung. Mit Anteilen um 29 Prozent waren auch die Anteile der schlechten Beurteilungen der Branchenlage in der Sportartikelbranche und der Branche Papier, Verpackung, Büro, Druck deutlich überdurchschnittlich, während die Anteile schlechter Beurteilungen in der Möbelbranche und bei Medizinprodukten nur leicht über dem Durchschnitt lagen.

Zukunftserwartungen erneut spürbar skeptischer

Noch pessimistischer als im Sommer, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Nur noch 4,2 Prozent betrug der Anteil der besseren kurzfristigen Erwartungen nach 6,6 Prozent im Sommer, 10 Prozent im Frühjahr und 12,5 Prozent im letzten Herbst. Drastisch angestiegen, ist der Anteil derjenigen, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten, von 34,5 auf 53,1 Prozent. Der Anteil der Teilnehmer die kurzfristig keine Änderung erwarteten, war dagegen mit 37,8 gegenüber 51,2 Prozent im Sommer deutlich rückläufig.

Im Hinblick auf die kurzfristigen Perspektiven war der Anteil der Pessimisten besonders hoch in der Textil- und Zulieferbranche (77,8 % und 73,7 %), unter den Vertretern für Möbel und Medizinprodukte (64,3 % und 60 %) und für Papier, Verpackung, Büro, Druck, GPK/Haushaltswaren, Bekleidung und im Bauwesen (alle zwischen 55,6 % und 58,8 %). Am meisten Optimisten gab es zu den kurzfristigen Aussichten aber seltsamerweise auch in der Möbel- und Medizinbranche (14,3 % bzw. 10 %) sowie bei Maschinen und Industrieausrüstung (8,1 %). In den Branchen Zulieferindustrie, Bauwesen, Elektrotechnik und dem Sammelbereich Andere lag der Anteil der kurzfristigen Optimisten in etwa auf dem niedrigen Durchschnittsniveau. In allen anderen Branchen und damit deren Hälfte, erwartet niemand eine kurzfristige Verbesserung

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, und nur geringfügig schlechter als nach dem Einbruch im Sommer, wurden die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Der Anteil der Optimisten ist jetzt nur noch geringfügig um 0,9 Prozentpunkte auf 18,9 Prozent zurückgegangen, liegt damit aber immer noch deutlich über deren Anteil bei den kurzfristigen Aussichten von 4,2 Prozent. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist von 27,9 Prozent im letzten Sommer auf jetzt 27,4 Prozent der Teilnehmer nur minimal zurückgegangen. Langfristig schlechtere geschäftliche Erwartungen haben jetzt aber 38,1 Prozent der Teilnehmer nach 33,3 Prozent im Sommer, 28,2 Prozent im Frühjahr und 21,8 Prozent im vorigen Herbst.

Bei der Beurteilung der langfristigen Geschäftsaussichten gab es ebenfalls große Unterschiede zwischen den Teilnehmern der verschiedenen Branchen. Überdurchschnittlich häufig optimistisch beurteilten die Teilnehmer der Branchen Elektrotechnik, „Andere“, Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel, Zulieferindustrie (alle zwischen 21,4 % und 26,3 %) und vor allem Medizinprodukte (40%) und Sportartikel (57,1%) ihre langfristigen Aussichten. Der Anteil der Teilnehmer, die ihre langfristigen Geschäftsaussichten negativ beurteilten, war in den Branchen Schuhe und Lederwaren, GPK/Haushaltswaren und Zulieferindustrie (40 % - 42,1 %) etwas und in den Branchen Bekleidung (44,4%), Bauwesen (46,3 %) und Papier, Verpackung, Büro, Druck (47,1 %) deutlich höher als im Durchschnitt. Die meisten Pessimisten im Hinblick auf die langfristigen Perspektiven gab es in der Textilbranche mit einem Anteil von 55,6 Prozent.

Vermittelter Warenumsatz insgesamt leicht verbessert

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (III 2022) gegenüber dem Quartal davor (II 2022) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten 30,4 Prozent (+1,3 %) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 13,4 Prozent (+0,2 %) der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11 bis 30 Prozent und 3,9 Prozent (+1,3 %) der Teilnehmer konnten ihren vermittelten Warenumsatz sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichs Quartal steigern.

Dagegen mussten jetzt nur noch 20,3 Prozent (-5,7 %) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent aber 19 Prozent (+5,8 %) 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 dagegen erfreulicherweise von 9,3 Prozent auf 7,2 Prozent gesunken. Nur noch 5,9 nach 7,8 Prozent der Teilnehmer konnten ihre Umsatzentwicklung nicht abschätzen. Der Anteil von Teilnehmerbetrieben mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal war mit 47,7 Prozent jetzt wieder etwas höher als der 46,5-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 das Vorhandensein von ausgesprochenen Firmenkonzukturen aus den Ergebnissen herauslesen. Deshalb wird hier nur eine verbale Beurteilung der wichtigsten Branchenergebnisse vorgenommen. Besonders erfolgreich waren die Teilnehmer aus den Branchen Lederwaren und Schuhe, Sportartikel und Elektrotechnik, mit etwas Abstand gefolgt von den Handelsvertretern im Baubereich und dem Sammelbereich Andere. Am häufigsten von Umsatzeinbrüchen betroffen waren dagegen die Teilnehmer aus den Branchen Medizinprodukte, GPK/Haushaltswaren und Zulieferindustrie. Auch von den Teilnehmern aus den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck, Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel war ein deutlich überdurchschnittlicher Anteil im 3. Quartal von Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorquartal betroffen.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 35. Vertriebsbarometer beteiligten sich 307 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 84 Teilnehmern fast 27,4 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen / Industrieausrüstung und Zulieferindustrie an. Viele Teilnehmer (67) entfiel auf die Baubranche. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren/Schuhe, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel und Sportartikel, die besonders von den Preissteigerungen im Einzelhandel betroffen waren, entfielen mit 74 nur knapp ein Viertel der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 82 Teilnehmern, entfallen mit 46 deutlich mehr als die Hälfte auf den Sammelbereich „Andere“. Die übrigen 36 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen Medizinprodukte (10), Textilerzeugnisse (9) und Papier-Verpackung-Büro-Druck (17). Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Über 48 Prozent der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. So positiv beurteilten aber nur gut 38 Prozent die aktuelle Lage ihrer Branche. Fast 38 bzw. 43 Prozent der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw.

Branchenlage für befriedigend. Deutlich darunter lag der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage mit 14,1 bzw. 18,9 Prozent.

- Nicht einmal jeder vierundzwanzigste Teilnehmer und damit ein mehr als ein Drittel geringerer Anteil als im Sommer, rechnete kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäfts- und Branchenlage. Keine Änderungen erwarteten kurzfristig fast 40 Prozent der Teilnehmer. Kurzfristige Verschlechterungen erwartete dagegen mehr als die Hälfte der Teilnehmer. Der Anteil der Pessimisten hat sich damit vor allem zu Lasten derjenigen, die keine kurzfristigen Änderungen erwarten, gegenüber dem Sommer nur drastisch erhöht.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit 18,9 Prozent weniger als ein Fünftel der Teilnehmer optimistisch. Gut 38 Prozent erwarteten dagegen langfristig eine Verschlechterung. Der Anteil der Optimisten ist damit gegenüber der Sommerumfrage kaum noch gesunken, aber der Anteil der Pessimisten spürbar gestiegen. Der Anteil der Befragten, die langfristig keine Änderung erwartete, blieb dagegen mit etwas über 27 Prozent nahezu konstant. Nur noch 15,6 Prozent der Teilnehmer hielt die langfristigen Geschäftsaussichten für nicht beurteilbar.
- Der Anteil von 47,7 Prozent der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im dritten Quartal 2022 gegenüber dem Vorquartal war etwas höher, als der 46,5-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten.

Berlin, Dezember 2022