

Dachzeile: Ergebnisse des 20. CDH-Vertriebsbarometers

Titel: Leicht gebremste Euphorie

Vorspann: Im 20. Online-Vertriebsbarometer im Herbst 2017 beurteilte die Mehrheit der teilnehmenden CDH-Mitgliedsbetriebe ihre aktuelle Geschäftslage und die ihrer Branche erneut als gut oder sogar sehr gut.

Hinsichtlich der kurzfristigen und vor allem der langfristigen Aussichten haben jedoch Skepsis und Unsicherheit spür- bzw. messbar zugenommen. Das mag auch daran liegen, dass viele Teilnehmer an eine weitere Verbesserung Ihrer Geschäftslage und der Lage ihrer Branche über die ohnehin schon gute Situation hinaus nicht recht glauben können. Die sehr guten Beurteilungen der Teilnehmerbetriebe in den fünf vorangegangenen Online-Vertriebsbarometern zwischen Frühjahr 2016 und Sommer 2017 legen diesen Schluss jedenfalls nahe. Hinzu kommt der Basiseffekt, der Zuwächse umso mehr erschwert, je höher das Umsatzniveau bereit ist bzw. vorher war.

Ihre aktuelle Geschäftslage beurteilten Im Herbst 2017 7,5 Prozent der Teilnehmer als sehr gut, 53,6 Prozent als gut, 30,6 Prozent als befriedigend und nur 8,3 Prozent als schlecht. In der vorangegangenen Sommererhebung lagen die Anteile bei 12,8 Prozent sehr gut, 47,2 Prozent gut, 32,8 Prozent befriedigend und 7,2 Prozent schlecht. Fast man jeweils die Anteile der sehr guten und guten Lagebeurteilungen zusammen, liegen diese bei 60,0 Prozent im Sommer und 61,1 Prozent im Herbst 2017. Der Anteil derjenigen, die Ihre Lage als schlecht beurteilen ist gleichzeitig auch um 1,1 Prozentpunkte gewachsen.

Die Beurteilungen der Geschäftslage ihrer jeweiligen Branchen korrespondierten zwar im Großen und Ganzen mit denen der eigenen Geschäftslage, die üblichen Abweichungen sind jedoch im vergangenen Herbst sehr uneinheitlich ausgefallen. Normalerweise wird die Geschäftslage der Branche von mehr Teilnehmern kritisch gesehen, als die eigene. In der Herbstenerhebung stieg der Anteil der Beurteilung der Branchenlage mit sehr gut jedoch mit 11,7 Prozent nicht nur über den Wert des Sommers (10,8 Prozent), sondern auch erheblich über den aktuellen Anteil der sehr guten Beurteilungen der eigenen Geschäftslage (7,5 Prozent). Fasst man jedoch die Anteile der sehr guten und guten Beurteilungen zusammen, ergibt sich mit 58,9 Prozent wieder ein ähnliches, nur geringfügig schlechteres Bild als bei der Beurteilung der eigenen Geschäftslage.

Der Anteil der Teilnehmer, die im Herbst 2017 die Branchenlage als schlecht bezeichneten, war dagegen mit 7,2 Prozent auf das doppelte des entsprechenden Anteils im Sommer angestiegen, blieb aber unter dem entsprechenden Wert für die eigene Geschäftslage, was untypisch ist.

Nur leichte Abkühlung der kurzfristigen Erwartungen

Die kurzfristigen Erwartungen der Teilnehmer sind gegenüber der Sommererhebung im Herbst 2017 etwas verhaltener ausgefallen. Als eher besser beurteilten nur noch 16,3 Prozent der Teilnehmer die kurzfristigen Geschäftsaussichten gegenüber 24,8 Prozent im Sommer. Der Anteil derjenigen, die kurzfristig einen eher schlechteren Geschäftsverlauf erwarteten, erhöhte sich dagegen von 11,6 Prozent auf 14,8 Prozent. Von 1,6 Prozent auf 2,3 Prozent

leicht angestiegen ist auch der Anteil der Antwortverweigerer, die sich keine Angabe zutrauten. Etwa unveränderte kurzfristige Erwartungen hatten zuletzt 66,5 Prozent und im Sommer 62,0 Prozent der Befragten.

Langfristige Erwartungen deutlich verhaltener

Deutlich skeptischer als im Sommer wurden in der vergangenen Herbstumfrage dagegen die langfristigen Geschäftserwartungen beurteilt. Eher bessere langfristige Aussichten sahen nur noch 24,2 Prozent nach 35,7 Prozent der Teilnehmer. Der Anteil derjenigen, die ihre langfristigen Geschäftsaussichten eher schlechter beurteilten, stieg entsprechend um satte 10 Prozentpunkte von 16,9 auf 26,9 Prozent. Etwa unveränderte langfristige Perspektiven sah ein von 39,4 Prozent auf 36,4 Prozent leicht rückläufiger Anteil der Befragten. Die hinsichtlich der langfristigen Geschäftsaussichten im Herbst 2017 gestiegene, und, verglichen mit den kurzfristigen Erwartungen ohnehin stets größere Unsicherheit, zeigte sich auch in dem von 8,0 auf 12,5 Prozent angewachsenen Anteil der Teilnehmer, die sich keine langfristige Lagebeurteilung zutrauten.

Vermittelter Warenumsatz: Mehr Licht als Schatten

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal erhoben. Erfreulicherweise konnten im dritten Quartal 2017 mit 54,9 Prozent (I/2017: 58,0 Prozent) der beteiligten Betriebe erneut deutlich mehr als 50 Prozent ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Ein nicht unerheblicher Anteil von 14,4 Prozent, nach 16,8 Prozent im ersten Quartal 2017, sogar ganz beträchtlich, um mehr als 10 Prozent. Andererseits ist der Anteil der Teilnehmer, die im dritten Quartal 2017 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 36 Prozent im ersten Quartal auf 38,6 Prozent leicht angestiegen. Dabei war der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit kräftigen Einbußen von über 10 Prozent bis zu 30 Prozent des vermittelten Warenumsatzes, von 10,8 Prozent im ersten auf 9,8 Prozent im dritten Quartal 2017, leicht rückläufig. Auch der Anteil der Betriebe, die noch höhere Einbußen verkraften mussten, ging im dritten Quartal 2017 geringfügig auf 3,4 von 3,6 Prozent in I/2017 zurück. Dagegen stieg der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderateren Einbußen des vermittelten Warenumsatzes von maximal 10 Prozent im dritten Quartal 2017 spürbar auf 25,4 Prozent, gegenüber 21,6 Prozent im ersten Quartal. Insgesamt war die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im dritten Quartal 2017 jedoch erneut positiv.

Kasten Kernaussagen

Eine deutliche Mehrheit der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage und die Lage ihrer Branche als gut oder sehr gut.

Kurzfristig erwartete die große Mehrheit der Befragten keine größeren Änderungen. Der Anteil der Teilnehmer mit positiven kurzfristigen Erwartungen war etwas größer als der Anteil der Pessimisten.

Die langfristigen Perspektiven beurteilte ein etwas größerer Anteil der Teilnehmer skeptisch als der Anteil derjenigen, die eine Verbesserung erwarteten. Jeder achte Befragte traute sich keine langfristige Beurteilung zu.

Der vermittelte Warenumsatz entwickelte sich im dritten Quartal 2017 insgesamt erneut positiv.

Kasten: Das CDH-Vertriebsbarometer (kann sehr gut für das „Labeling“ genutzt werden)

Die Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH) e. V. befragt dreimal jährlich ihre Mitgliedsunternehmen nach deren Einschätzung (sehr gut, gut, befriedigend, schlecht) ihrer aktuellen Geschäfts- und Branchenlage, ihrer kurz- und langfristigen Geschäftsaussichten (eher besser, etwa unverändert, eher schlechter, nicht beurteilbar) und nach der prozentualen Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im vor der Befragung abgelaufenen Quartal gegenüber dem Vorquartal. Die Antworten werden Online erhoben. Daran beteiligen sich regelmäßig 250 bis 300 Handelsvermittlungsunternehmen, die auf der Großhandelsstufe tätig sind, vor allem Handelsvertreter.

Kasten: Der Autor

Dipl.-Kfm. Jens Wolff war seit Ende 1990 zunächst als Referent, später als Mitglied der Geschäftsführung für die CDH und später auch für die CDH-Wirtschaftsdienst GmbH tätig. Seit dem 1. Juli 2016 ist er deren Geschäftsführer. Er ist u. a. zuständig für Verkehrs- und Umweltpolitik, betriebswirtschaftliche Themen, Statistik und Vorteile für CDH-Mitglieder.