

## Ergebnisse des 32. CDH-Vertriebsbarometers

### Anhaltender Aufschwung mit verhaltenen Erwartungen

Die Corona-Krise hatte Deutschland auch während der Befragung der Handelsvertretungen zum 32. Online-Vertriebsbarometer im Oktober-November 2021 fest im Griff. Trotzdem haben sich die Beurteilungen der eigenen Geschäftslage nach dem kräftigen Aufschwung im Sommer noch einmal leicht verbessert. Etwas differenzierter wurde jetzt aber die Situation der jeweiligen Branche beurteilt. Deutlich pessimistischer als im Sommer, wurden die kurzfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Die dagegen nur geringfügig ungünstigere Beurteilung der langfristigen Perspektiven war vor allem mit deutlich größerer Unsicherheit verbunden.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren dabei aber weiterhin sehr groß. Deutlich überdurchschnittlich positiv waren – gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage erstaunlicherweise in den Branchen Lederwaren/Schuhe und Sportartikel und besonders, aber zu erwarten, wieder in der Baubranche. Leicht überdurchschnittlich wurde die Geschäftslage von den Teilnehmern ohne Branchenzugehörigkeit (andere) und der Branche Medizinprodukte/Gesundheitswesen beurteilt. Besonders schlecht waren die Beurteilungen erwartungsgemäß wieder in den Branchen Bekleidung und Textilerzeugnisse. Auch die Geschäftslage in den Branchen Elektrotechnik, Nahrungs- und Genussmittel und Papier-Verpackung-Büro-Druck wurde schlechter als im Gesamtdurchschnitt beurteilt. Die Beurteilungen der Geschäftslage von den Teilnehmern aus den übrigen vier Branchen entsprachen in etwa dem Gesamtdurchschnitt. Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten und der guten Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage noch einmal um jeweils einen guten Prozentpunkt gegenüber dem Sommer auf jetzt insgesamt 52,3 Prozent gestiegen. Die schlechten Beurteilungen sanken sogar von 17,8 auf 15,3 Prozent der Teilnehmer.

Die Branchenlage wurde dagegen nur in der Bau- und der Möbelbranche weit überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet, besonders in der

Baubranche. In etwa dem Gesamtdurchschnitt entsprachen die Bewertungen der Branchenlage in den Branchen Glas-Porzellan-Kunstgewerbe, Medizinprodukte/Gesundheitswesen, Nahrungs- und Genussmittel und Papier-Verpackung-Büro-Druck. Mehr oder weniger schlechter als im Durchschnitt waren die Beurteilungen der Branchenlage in den übrigen sechs Branchen, sehr schlecht vor allem bei Textilerzeugnissen. Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der guten Beurteilungen der Branchenlage gegenüber dem Sommer spürbar von 44,1 auf 38,9 Prozent gesunken, bei nahezu unverändertem Anteil sehr guter Beurteilungen. Aber auch der Anteil der schlechten Beurteilungen der Branchenlage ging leicht, um einen Prozentpunkt, auf 11,1 Prozent zurück.

### **Aussichten spürbar eingetrübt**

Deutlich pessimistischer als im Sommer, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Nur noch 12,5 Prozent betrug der Anteil der besseren kurzfristigen Erwartungen nach 24,2 Prozent im Sommer. Deutlich gewachsen ist sowohl der Anteil derjenigen, die kurzfristig wenig Änderung erwarteten, von 53,7 auf 59,3 Prozent als auch der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten, von 15,7 auf 22,7 Prozent. Aktuell nur noch 5,6 Prozent der Teilnehmer, nach 6,4 Prozent im Sommer, trauten sich keine Beurteilung der kurzfristigen Aussichten zu.

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, wurden wieder die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Der Anteil der Optimisten ist jetzt zwar gegenüber dem Sommer um zwei Prozentpunkte auf 32,9 Prozent zurückgegangen, liegt damit aber deutlich über dessen Anteil bei den kurzfristigen Aussichten von 12,5 Prozent. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist aber von 35,2 Prozent im letzten Sommer auf jetzt 28,7 Prozent der Teilnehmer kräftig zurückgegangen. Trotzdem ist jetzt der Anteil der Teilnehmer, die langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen hatten, nur von 19,2 Prozent im Sommer auf 21,8 Prozent gewachsen. Das liegt an dem Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen Aussichten nicht zutrauten. Dieser sprang von 10,0 Prozent im vergangenen Sommer auf 16,7 Prozent der Teilnehmer in die Höhe.

Während also die Veränderungen der Anteile der besseren und der schlechteren Erwartungen sich nahezu ausgleichen, ist der Anteil der Optimisten immer noch eineinhalbmal so hoch, wie der Anteil der Pessimisten. Dabei ist die Unsicherheit der langfristigen Geschäftserwartungen spürbar gestiegen.

### **Vermittelter Warenumsatz deutlich rückläufig**

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im laufenden Quartal gegenüber dem Vorquartal erhoben. Im laufenden Quartal konnten 29,6 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 11,6 Prozent der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz

um 11 bis 30 Prozent und 1,9 Prozent der Teilnehmer konnten ihren vermittelten Warenumsatz sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern.

Dagegen mussten nur 20,4 Prozent der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent, aber 13,0 Prozent der Teilnehmer einen Rückgang von 11 bis 30 Prozent und 10,2 Prozent sogar einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes von mehr als 30 Prozent verkraften. Ein relativ hoher Anteil von 13,4 Prozent der Teilnehmer konnten ihre Umsatzentwicklung nicht abschätzen, was sicher darauf zurückzuführen ist, dass erstmals nach der Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im laufenden Quartal und nicht im Vorquartal gefragt wurde. Der Anteil von Teilnehmerbetrieben mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal war mit 43,1 Prozent nicht ganz so hoch, wie der 43,6-prozentige Anteil derjenigen, die Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten.

### **Umsatzrückgänge durch Lieferengpässe**

Wegen der aktuellen Lieferengpässe für viele Rohstoffe, Vorprodukte und Fertigwaren in zahlreichen Branchen, haben wir die am 32. Vertriebskompass teilnehmenden CDH-Mitglieder auch nach Umsatzrückgängen und deren Größenordnung infolge von Lieferengpässen befragt. Nur 36,3 Prozent der Teilnehmer waren demnach nicht von Umsatzeinbußen wegen Lieferengpässen betroffen. 28,4 Prozent der Teilnehmer verzeichneten Umsatzrückgänge von bis zu 10 Prozent. 21,4 Prozent gaben Umsatzrückgänge von über 10 bis 20 Prozent an und jeweils 7 Prozent der Teilnehmer mussten Einbußen von mehr als 20 bis 30 Prozent bzw. über 30 Prozent aufgrund von Lieferengpässen hinnehmen. Natürlich war der Anteil der Betroffenen und der Grad der Betroffenheit in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Besonders, also überdurchschnittlich von Umsatzeinbußen durch Lieferengpässe waren die Handelsvertreter für Bekleidung, Elektrotechnik, Glas-Porzellan-Kunstgewerbe, Lederwaren/Schuhe, Sportartikel, Nahrungs- und Genussmittel, und Textilerzeugnisse betroffen.

### **Existenzgefährdung durch Kraftstoffpreisentwicklung**

Mit Blick auf die Entwicklung der Kraftstoffpreise, wurden die teilnehmenden Handelsvertreter gefragt, ob sie darin eine Existenzgefährdung für Ihre Betriebe sehen. Das wurde von 23,1 Prozent und damit fast jedem vierten der teilnehmenden Handelsvertreter bejaht, während 76,9 Prozent darin keine Existenzgefährdung sahen. Die Ergebnisse variierten zwischen den Branchen dabei sehr stark.

### **Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse**

An diesem 32. Vertriebsbarometer beteiligten sich 216 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 70 Teilnehmern fast 32,4 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen/Industrieausrüstung und Zulieferindustrie an und fast jeder sechste

Teilnehmer (35) entfiel auf den Bereich Bauwesen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren und Schuhe, Möbel, Sportartikel und Textilerzeugnisse, die besonders von den Schließungen im Einzelhandel betroffen waren, entfielen mit 57 dagegen nur etwas mehr als ein Viertel der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 54 Teilnehmern, entfallen mit 28 mehr als die Hälfte auf den Sammelbereich „andere“. Die übrigen 26 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen. Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

### **Die wichtigsten Ergebnisse**

- Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. Die Situation ihrer Branche beurteilte so nur etwas weniger als die Hälfte der Teilnehmer. Über 32 bzw. über 41 Prozent der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Spürbar geringer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäftslage mit 15,3 Prozent. Die Branchenlage bezeichneten mit 11,1 Prozent noch deutlich weniger Teilnehmer als schlecht.
- Mit 12,5 Prozent rechnete nur jeder achte Teilnehmer kurzfristig mit Verbesserungen der Geschäfts- und Branchenlage. Im Sommer war deren Anteil noch fast doppelt so hoch. Keine Änderungen erwartete kurzfristig mit 59,3 Prozent jetzt ein noch höherer Anteil der Teilnehmer. Der Anteil der Befragten, die kurzfristig Verschlechterungen erwarteten, stieg gegenüber der Sommerumfrage um fast 45 Prozent auf jetzt 22,7 Prozent.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit 32,9 Prozent fast ein Drittel der Teilnehmer optimistisch, mit 21,8 Prozent etwas mehr als ein Fünftel pessimistisch und 28,7 Prozent erwarteten langfristig keine Veränderungen. Jeder sechste Teilnehmer (16,7%) hielt die langfristigen Geschäftsaussichten für nicht beurteilbar.
- Der Anteil von 43,1 Prozent der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal war etwas geringer, als der 43,6-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten.
- Fast zwei Drittel (63,8%) der teilnehmenden CDH-Mitgliedsunternehmen war von Umsatzrückgängen aufgrund von Lieferengpässen betroffen, 14 Prozent in einem Ausmaß von über 20 Prozent.

Berlin, Dezember 2021

*Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH*