

33. CDH-Vertriebsbarometer, Frühjahr 2022

Leichter Dämpfer mit skeptischeren Erwartungen

Die Corona-Krise hatte Deutschland während der Befragung der Handelsvertretungen zum 33. Online-Vertriebsbarometer im März-April 2022 noch nicht aus Ihrem Griff entlassen, als mit dem kurz zuvor von Putin angezettelten Krieg in der Ukraine schon das nächste Krisenszenario gleichzeitig in vollem Gange war und ist. Vor diesem Hintergrund haben sich die Beurteilungen der eigenen Geschäftslage und mehr noch der aktuellen Branchenlage nach dem anhaltenden Aufschwung seit letztem Sommer im Gesamtdurchschnitt nur geringfügig verschlechtert. Erneut pessimistischer als im Sommer, wurden sowohl die kurzfristigen Geschäftsaussichten als auch die langfristigen Perspektiven beurteilt.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren dabei aber weiterhin sehr groß. Deutlich überdurchschnittlich positiv waren – gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Elektrotechnik, Sportartikel und Bauwesen. Sehr unterschiedlich, aber insgesamt leicht überdurchschnittlich, wurde die Geschäftslage von den Teilnehmern der Branche Papier-Verpackung-Büro-Druck, Bekleidung (!), Zulieferindustrie und Maschinen/Industrieausrüstung beurteilt.

Besonders schlecht waren die Beurteilungen wieder in den Branchen Textilerzeugnisse und Lederwaren/Schuhe. Auch die Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte, Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren und Nahrungs- und Genussmittel wurde schlechter als im Gesamtdurchschnitt beurteilt. Die Beurteilungen der Geschäftslage von den Teilnehmern aus der Möbelbranche und den „anderen“ Branchen entsprachen in etwa dem Gesamtdurchschnitt.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile vor allem der sehr guten (-5,5%) und der guten (-2,2%) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen deutlich um 7,7 Prozentpunkt gegenüber dem Sommer auf jetzt insgesamt 44,6 Prozent zurückgegangen. Die schlechten Beurteilungen stiegen dagegen kaum spürbar von 15,3 auf 15,5 Prozent der Teilnehmer.

Die Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage unterschieden sich in diesem Frühjahr etwas stärker als üblich von denen der eigenen Geschäftslage. In den Branchen Bauwesen, Elektrotechnik, Sportartikel und Medizinprodukte wurde die aktuelle Branchenlage 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

Maschinen/Industrieausrüstung sowie von den Teilnehmern ohne genannten Branchenschwerpunkt („andere“).

Mehr oder weniger schlechter als im Durchschnitt waren die Beurteilungen der Branchenlage in den übrigen sieben Branchen, sehr schlecht vor allem bei Textilerzeugnissen und der Bekleidungsbranche. Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten Beurteilungen der Branchenlage gegenüber dem Sommer von 8,8 auf 6,1 Prozent gesunken, bei ganz leicht gestiegenem Anteil guter Beurteilungen (39,2%). Der Anteil der schlechten Beurteilungen der Branchenlage ist aber nur halb so stark, um 1,2 Prozentpunkte, auf 12,3 Prozent angewachsen.

Aussichten erneut spürbar eingetrübt

Deutlich pessimistischer als im Herbst, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Nur noch 10 Prozent betrug der Anteil der besseren kurzfristigen Erwartungen nach 12,5 Prozent im Herbst und 24,2 Prozent im Sommer. Deutlicher zurückgegangen ist der Anteil derjenigen, die kurzfristig keine Änderung erwarteten, von 59,3 auf 49,2 Prozent. Kräftig angestiegen ist dagegen der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten, von 22,7 auf 33,0 Prozent.

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, wurden wieder die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Der Anteil der Optimisten ist jetzt zwar gegenüber dem letzten Herbst um 4,7 Prozentpunkte auf 28,2 Prozent zurückgegangen, liegt damit aber deutlich über dessen Anteil bei den kurzfristigen Aussichten von 10 Prozent. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist von 28,7 Prozent im letzten Herbst auf jetzt 29,1 Prozent der Teilnehmer geringfügig angestiegen. Langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen haben jetzt 28,2 Prozent der Teilnehmer nach 21,8 Prozent im Herbst. Die Anteile der besseren und der schlechteren langfristigen Erwartungen sind damit gleich hoch. Der Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen Aussichten nicht zutrauten, war mit 14,6 Prozent gegenüber 16,7 Prozent im Herbst leicht rückläufig.

Vermittelter Warenumsatz gewachsen

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (IV 2021) gegenüber dem Quartal davor (III 2021) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten 35 Prozent (+5,4 Prozent) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 12,9 Prozent (+1,3 Prozent) der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11 bis 30 Prozent und 2,6 Prozent (+0,7 Prozent) der Teilnehmer konnten ihren vermittelten Warenumsatz sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal steigern.

Dagegen mussten nur 23 Prozent (+2,6%) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent und 11,3 Prozent (-1,7%) 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 erfreulicherweise von 10,2 auf 6,8 Prozent am stärksten zurückgegangen.

Nur noch 8,4 nach 13,4 Prozent der Teilnehmer konnten ihre Umsatzentwicklung nicht abschätzen. Das ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass wegen der hohen Unsicherheit in der Herbstbefragung nach der Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im laufenden Quartal und nicht im Vorquartal, nun wieder nach der Entwicklung des letzten abgeschlossenen Quartals gegenüber dem Quartal davor gefragt wurde.

Der Anteil von Teilnehmerbetrieben mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vergleichsquartal war mit 50,5 Prozent jetzt deutlich höher, als der 43,6-prozentige Anteil derjenigen, die Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten.

Umsatzrückgänge durch Lieferengpässe

Wegen der anhaltenden Lieferengpässe für viele Rohstoffe, Vorprodukte und Fertigwaren in zahlreichen Branchen, haben wir die am 33. Vertriebskompass teilnehmenden CDH-Mitglieder erneut auch nach Umsatzrückgängen und deren Größenordnung infolge von Lieferengpässen befragt. Nur 33,7 Prozent nach 36,3 Prozent der Teilnehmer im Herbst vergangenen Jahres, waren demnach nicht von Umsatzeinbußen wegen Lieferengpässen betroffen.

Der Anteil von 28,5 Prozent der Teilnehmer, die Umsatzrückgänge von bis zu 10 Prozent verzeichneten, blieb nahezu unverändert. Umsatzrückgänge von über 10 bis 20 Prozent gaben nur noch 20,7 nach 21,4 Prozent der Teilnehmer im Herbst an. Am stärksten wuchs der Anteil der Teilnehmer, die über 20 bis 30 Prozent Umsatzrückgang durch Lieferengpässe verzeichneten, von 7,0 auf 9,7 Prozent. Der Anteil von 7,4 Prozent der Teilnehmer, die Einbußen von mehr über 30 Prozent aufgrund von Lieferengpässen hinnehmen mussten, ist dagegen nur geringfügig gewachsen.

Natürlich war der Anteil der Betroffenen und der Grad der Betroffenheit in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Besonders, also deutlich überdurchschnittlich von Umsatzeinbußen durch Lieferengpässe waren die Handelsvertreter für Textilerzeugnisse, Lederwaren/Schuhe, Möbel, die Zulieferindustrie und Sportartikel betroffen. Leicht überdurchschnittliche Einbußen durch Lieferengpässe hatten die Handelsvertreter für GPK/Haushaltswaren, für Medizinprodukte und die „anderen“ Handelsvertreter. Die Teilnehmer der übrigen Branchen waren in mehr oder weniger geringerem Maße als der Durchschnitt von Umsatzeinbußen durch Lieferengpässe betroffen.

Existenzgefährdung durch Kraftstoffpreisentwicklung

Mit Blick auf die Entwicklung der Kraftstoffpreise, wurden die teilnehmenden Handelsvertreter erneut gefragt, ob sie darin eine Existenzgefährdung für Ihre Betriebe sehen. Das wurde von 28,5 Prozent und damit von mehr als jedem vierten der teilnehmenden Handelsvertreter bejaht, während 71,5 Prozent darin keine Existenzgefährdung sahen. Im Herbst letzten Jahres lagen die entsprechenden Anteile noch bei 23,1 bzw. 76,9 Prozent. Die Ergebnisse variierten zwischen den Branchen dabei sehr stark.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 33. Vertriebsbarometer beteiligten sich 309 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 70 Teilnehmern fast 22,7 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen / Industrierausrüstung und Zulieferindustrie an und gut jeder fünfte Teilnehmer (62) entfiel auf den Bereich Bauwesen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren / Schuhe, Möbel, Sportartikel und Textilerzeugnisse, die besonders von den Einschränkungen im Einzelhandel betroffen waren, entfielen mit 77 dagegen nur knapp ein Viertel der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 100 Teilnehmern, entfallen mit 48 fast die Hälfte auf den Sammelbereich „andere“. Die übrigen 52 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen. Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Etwa 45 Prozent der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage und die Lage ihrer Branche als gut oder sehr gut. Knapp 40 bzw. über 42 Prozent der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Spürbar geringer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäftslage mit 15,5 Prozent. Die Branchenlage bezeichneten mit 12,3 Prozent noch deutlich weniger Teilnehmer als schlecht.
- Nur jeder zehnte Teilnehmer rechnet kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäfts- und Branchenlage. Keine Änderungen erwartete kurzfristig mit 49,2 Prozent jetzt ein über 10 Prozentpunkte geringerer Anteil der Teilnehmer als im letzten Herbst. Kurzfristige Verschlechterungen erwartete dagegen jeder Dritte Teilnehmer deren Anteil sich damit um über 10 Prozentpunkte erhöhte.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit jeweils 28,2 Prozent mehr als ein Viertel der Teilnehmer jeweils optimistisch und pessimistisch. Der Anteil der Optimisten ist damit gegenüber der Herbstumfrage nochmals deutlich gesunken und der der Pessimisten deutlich gestiegen. Der Anteil der Befragten, die langfristig keine Änderung erwartete, blieb dagegen mit gut 29 Prozent nahezu konstant. Gut jeder siebte Teilnehmer (14,6%) hielt die langfristigen Geschäftsaussichten für nicht beurteilbar.
- Der Anteil von 50,5 Prozent der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im vierten Quartal 2021 gegenüber dem Vorquartal war deutlich höher, als der 41,1-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten.
- Fast zwei Drittel (66,3%) der teilnehmenden CDH-Mitgliedsunternehmen war von Umsatzrückgängen aufgrund von Lieferengpässen betroffen, mehr als 17 Prozent in einem Ausmaß von über 20 Prozent.

Berlin, Mai 2022

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH