

38. CDH-Vertriebsbarometer Herbst 2023

Weitere Verschlechterung der Lage und pessimistischere Erwartungen bei gesunkenen Umsätzen

In der Befragung der Handelsvertreter zum 38. Online-Vertriebsbarometer im Oktober und November 2023, wurde die aktuelle Geschäftslage zwar immer noch von einem deutlich größeren Anteil der Teilnehmer mit gut oder sehr gut als mit schlecht beurteilt, aber die positiven Beurteilungen waren gegenüber dem Sommer erneut rückläufig, während der Anteil negativer Beurteilungen wuchs. Das gilt auch für die Entwicklung der Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage, nur hinsichtlich der positiven Bewertungen in geringerem und hinsichtlich der negativen Beurteilungen in stärkerem Maße. Der Anteil der schlechten Beurteilungen der Branchenlage übersteigt nun die der guten und sehr guten deutlich. Die kurzfristigen und langfristigen Geschäftsaussichten wurden ebenfalls nochmals kritischer beurteilt als im Sommer, wobei die langfristigen Perspektiven etwas weniger pessimistisch gesehen wurden als die kurzfristigen Aussichten.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten (+1,2 %) und der guten (-8,8 %) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen um 7,6 Prozentpunkte gegenüber dem letzten Sommer auf jetzt insgesamt 34,8% zurückgegangen. Der Anteil der schlechten Beurteilungen stieg entsprechend spürbar von 17,5% auf 23,3% der Teilnehmer.

Wie immer, waren die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen bei allen Beurteilungen sehr groß. Und trotz des rückläufigen Gesamttrends gibt es drei Branchen, in denen sich die aktuelle Situation gegenüber dem Sommer deutlich verbessert hat. In der Bekleidungs- und in der Sportartikelbranche stieg der Anteil der guten Beurteilung der Geschäftslage um 8,6% bzw. 29,5% auf deutlich überdurchschnittliche 47,1% bzw. 54,5%, bei leicht auf 17,6% angestiegenem Anteil der schlechten Beurteilungen in der Bekleidungsbranche und deutlich rückläufigem Anteil von 18,6% negativer Beurteilung in der Sportartikelbranche. Ebenfalls positiv hat sich die Geschäftslage bei Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren entwickelt. Hier sank der Anteil negativer Lagebeurteilungen um 15,4% auf 7,7%. Das gilt auch für den Teilnehmeranteil mit guter Geschäftslage aber eine sehr gute Geschäftslage meldeten nun 23,1% der Befragten, nach 0,0% im Sommer, so viel wie in keiner anderen Branche. Immer noch überdurchschnittlich, wenn auch weniger häufig gut und sehr gut waren die

Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (43,8%) Maschinen und Industrieausrüstung (43,6%), Elektrotechnik (42,8%), Zulieferindustrie (42%) und Bauwesen (38,5%). Auch wenn man die Differenz zwischen guten und sehr guten Beurteilungen einerseits und schlechten Beurteilungen der Geschäftslage andererseits betrachtet, schneiden diese acht Branchen, die zusammen fast 66,5% der Teilnehmer ausmachten, am besten und überdurchschnittlich ab. Nur deren Reihenfolge ändert sich dann.

Daran gemessen waren die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in allen anderen fünf Branchen und dem Sammelbereich „Andere“, mit insgesamt gut 33,5% der Teilnehmer, schlechter als der Durchschnitt. Allerdings überstieg der gemeinsame Anteil der guten (17,5%) und sehr guten (10%) Bewertungen der Geschäftslage im Sammelbereich Andere noch den der schlechten Beurteilungen von 22,5%.

Ungewöhnliches Ergebnis dieses CDH-Vertriebsbarometers waren die exakt gleich hohen Anteile guter und schlechter Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte/Gesundheitswesen und Papier-Verpackung-Büro-Druck mit 16,7% bzw. 30,8%. Sämtliche übrigen Handelsvertreter dieser Branchen beurteilten ihre Geschäftslage alle mit befriedigend. Lediglich unter den Teilnehmern für Textilerzeugnisse, Schuhe und Lederwaren und in der Einrichtungsbranche übertraf der Anteil der schlechten Beurteilungen die der guten bei weitem.

Einschätzung der Branchenlage ebenfalls weiter verschlechtert

Ebenfalls erneut verschlechtert hat sich gegenüber dem vergangenen Sommer die gegenüber der Geschäftslage deutlich kritischere Beurteilung der jeweiligen Branchenlage mit einem starken Anstieg der schlechten (+8,1% auf 29,7%) und einem etwas schwächeren Rückgang der (sehr) guten Einschätzungen (zusammen -4,8% auf 22,4%). Der Anteil der befriedigenden Beurteilungen nahm um -3,4% auf 47,9% ebenfalls ab. Eine per Saldo deutlich bessere Einschätzung der Branchenlage als im Sommer gab es nur in der Sportartikelbranche und bei GPK/Haushaltswaren. In der Textilerzeugnis-Branche übertraf der Zuwachs guter Beurteilungen die der schlechten geringfügig und bei Papier, Verpackung, Büro, Druck war es umgekehrt, aber fast ausgeglichen. In allen anderen zehn Branchen verringerten sich die Anteile der positiven und erhöhten sich die Anteile der negativen Beurteilungen, wenn auch in sehr unterschiedlichem Ausmaß.

In den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck (38,5%), Nahrungs- und Genussmittel (37,5%), Elektrotechnik (35,7%), Maschinen und Industrieausrüstungen (28,2%), Sportartikel (27,3%), Zulieferindustrie (26,3%) und Bauwesen (23,1%), auf die zusammen gut 61% aller Teilnehmer entfielen, wurde die aktuelle Branchenlage trotzdem noch überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet. Allerdings lag der Anteil der schlechten Einschätzungen unter den Handelsvertretern für Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 46,2 % weit darüber und über dem Durchschnitt von 29,7% und in der

Baubranche überwogen mit leicht unterdurchschnittlichen 29,2% die schlechten die der guten Beurteilungen der Branchenlage ebenfalls. Bei den Handelsvertretern für Maschinen und Industrieausrüstungen hielten sich die Anteile positiver und negativer Beurteilungen der Branchenlage mit 28,2% die Waage. Bei den Elektrotechnikern (10,7%), Nahrungs- und Genussmitteln (25,0%), Sportartiklern (18,2%) und Zulieferern (21,1%) lagen die schlechten Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage mehr oder weniger unter dem Gesamtdurchschnitt und unter dem Anteil der positiven Einschätzungen.

In allen übrigen sieben Branchen blieb der Anteil der positiven Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage mehr oder weniger deutlich unter deren Gesamtanteil. Auffällig ist, dass es nur noch in den Branchen Elektrotechnik, Medizinprodukte und dem Sammelbereich Andere überhaupt noch sehr gute Bewertungen der Branchenlage gab. Aus den Branchen Bekleidung, Lederwaren und Schuhe und Möbel gab es dagegen nicht einmal mehr gute Einschätzungen der Branchenlage.

Weit über dem Gesamtdurchschnitt von 29,7%, war der Anteil schlechter Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage unter den Handelsvertretern für Möbel mit 75%, für Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 46,2% für Schuhe und Lederwaren mit 45,5% und für Textilerzeugnisse mit 44,4%. Deutlich überdurchschnittlich häufig waren auch die schlechten Einschätzungen der Branchenlage aus der Branche Medizinprodukte/Gesundheitswesen mit 33,3%. In allen anderen neun Branchen lag der Anteil der schlechten Bewertungen der eigenen Branchenlage zwischen 10,7% und 29,2% und damit nur knapp bis deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt schlechter Beurteilungen.

Zukunftserwartungen noch etwas pessimistischer

Erneut deutlich kritischer als die Lagebeurteilungen, fielen wie im Sommer die Geschäftserwartungen der teilnehmenden Handelsvertreter aus, vor allem die kurzfristigen. Zwar sank der Anteil derjenigen, die eine kurzfristige Verschlechterung erwarteten, insgesamt um 1,3% auf 41,5%. Gleichzeitig ging aber der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verbesserung erwarteten mit -6,1% auf nur noch 5,1% um mehr als die Hälfte zurück. Dagegen nahmen die Anteile der Handelsvertreter, die kurzfristig keine Veränderung erwarteten, um 3,5% auf 46,6% und derjenigen, die sich keine Beurteilung zutrauten, um 3,7% auf 6,7% spürbar zu.

Langfristig gehen mit 24,9% etwas weniger (-1,1%) Handelsvertreter von einer Besserung aus als im Sommer. Aber auch der Anteil der Pessimisten mit schlechteren langfristigen Geschäftserwartungen ging gegenüber dem Sommer geringfügig (-0,6%) auf 33,2% aller Teilnehmer zurück. Keine langfristige Veränderung erwarteten 25,2% (-1,6%) der Befragten. Der um 3,2% auf 16,6% gestiegene Anteil derjenigen, die sich keine

Beurteilung der langfristigen Geschäftsaussichten zutraute, verdeutlicht die wachsende Unsicherheit. Die langfristigen Erwartungen bleiben aber insgesamt deutlich optimistischer, als die kurzfristigen.

Im Hinblick auf die kurzfristigen Perspektiven, ist der Anteil der Optimisten in sechs Branchen und der Anteil der Pessimisten in vier Branchen höher, als der Gesamtdurchschnitt. Bei den kurzfristigen Geschäftserwartungen gab es mit 12,5% noch die meisten Optimisten in der Nahrungs- und Genussmittelbranche, gefolgt von den Elektrotechnikern mit 10,7%, dem Sammelbereich Andere mit 10% und den Branchen Papier, Verpackung, Büro, Druck, GPK-Haushaltswaren und Maschinen und Industrieausrüstungen mit jeweils 7,7%. Ansonsten erwarten nur noch 1,5% der Handelsvertreter aus der Baubranche eine kurzfristige Verbesserung Geschäftslage. In allen übrigen sieben Branchen rechnet niemand mehr mit einer kurzfristigen Verbesserung! Die höchsten Anteile der Pessimisten, noch über dem ohnehin schon hohen Gesamtanteil von 41,5%, gab es bei den kurzfristigen Erwartungen in der Baubranche mit 66,2% und den Branchen Maschinen und Industrieausrüstung (48,7%), Textilerzeugnisse (44,4%), und Nahrungs- und Genussmittel (43,8%). Mit Werten zwischen 22,5% (Sammelbereich Andere) und 41,2% (Bekleidung) blieben die Anteile der Pessimisten in den übrigen zehn Branchen mehr oder weniger deutlich unter deren Gesamtanteil.

Bei der Beurteilung der langfristigen Geschäftsaussichten gab es ebenfalls große Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen. Überdurchschnittlich viele Teilnehmer der Branchen Elektrotechnik (39,3%), Sportartikel (36,4%), dem Sammelbereich Andere (35%), Maschinen und Industrieausrüstung (33,3%) und Möbel (30%) erwarteten langfristig bessere Geschäftsaussichten. In der Zulieferindustrie (26,3%) und der Nahrungs- und Genussmittelbranche (25,0%) lag der Anteil der Optimisten knapp über dem Gesamtdurchschnitt. Am seltensten und deutlich unterdurchschnittlich waren langfristig optimistische Erwartungen unter den Handelsvertretern aus den Branchen Bekleidung (5,9%), Medizinprodukte/Gesundheitswesen (8,3%), GPK/Haushaltswaren und Papier, Verpackung, Büro, Druck, (je 15,4%), Bauwesen (16,9%), Schuhe und Lederwaren (18,2%) und Textilerzeugnisse (22,2%) festzustellen.

Der Anteil der Teilnehmer, die ihre langfristigen Geschäftsaussichten negativ beurteilten, war in den Branchen GPK/Haushaltswaren mit 61,5%, Bekleidung mit 47,1%, Papier, Verpackung, Büro, Druck mit 46,2%, Schuhe und Lederwaren mit 45,5%, Bauwesen mit 40% und Nahrungs- und Genussmittel mit 37,5% am höchsten und weit über dem ohnehin schon relativ hohen Gesamtdurchschnitt von 33,2%. Auf diesem Niveau lag der Anteil der Pessimisten bei den Vertretern für Medizinprodukte/Gesundheitswesen mit 33,3%. In allen übrigen sechs Branchen lag der

Anteil der Pessimisten zwischen 18,2% (Sportartikel) und 30% (Möbel) und damit mehr oder weniger deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt.

Vermittelter Warenumsatz deutlich rückläufig

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (III 2023) gegenüber dem Quartal davor (II 2023) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten nur noch 17,6% (-5,1% gegenüber der Sommererhebung) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 6,7 % (-2,6%) der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11% bis 30% und 1,9% der Teilnehmer (+0,4%) sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal steigern. Insgesamt gelang also 26,2% (-7,3%) der Teilnehmer eine Steigerung ihres vermittelten Warenumsatzes. Im dritten Quartal 2022 war das noch 47,7% der im Herbst befragten Handelsvertreter gelungen.

Dagegen mussten im dritten Quartal 2023 jetzt 28,4% (+3,5%) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent und sogar 29,1% (+2,0%) 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 gegenüber unserer Sommererhebung von 8,9% auf 10,9% gestiegen. Der Anteil von allen Teilnehmerbetrieben, die einen Rückgang des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal zu verzeichnen hatten, lag mit 68,4% (+7,5%) also deutlich höher, als der 26,2-prozentige Anteil (-7,3%) derjenigen, die ihren vermittelten Warenumsatz im vergangenen Quartal gegenüber dem Vorquartal steigern konnten. Im dritten Quartal 2022 waren dagegen nur 46,5% der im Herbst befragten Handelsvertreter von Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorquartal betroffen.

Die Unterschiede zwischen den einzelnen Branchen waren auch hier sehr groß. Besonders und überdurchschnittlich viele Handelsvertreter aus den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (37,6%), Elektrotechnik (35,7%), Bekleidung (35,3%), Maschinen und Industrieausrüstung (33,3%) und Zulieferindustrie(31,6%) konnten im dritten Quartal 2023 Umsatzsteigerungen erzielen. Einem leicht überdurchschnittlichen Anteil von 27,3% der Teilnehmer aus den Branchen Schuhe und Lederwaren und Sportartikel gelang das ebenfalls. Mit 25% lag der Anteil der Handelsvertreterbetriebe für Medizinprodukte/Gesundheitswesen mit Umsatzsteigerungen nur leicht unter dem jetzt allerdings stark verringerten Gesamtdurchschnitt. Von den Handelsvertretern aus den übrigen sechs Branchen konnten 10% (Möbel) bis 23,1% (Bauwesen und Papier, Verpackung, Büro, Druck) ihren vermittelten Warenumsatz steigern.

Die Mehrheit der teilnehmenden Handelsvertreter musste jedoch im dritten Quartal

2023 erneut erhebliche Rückgänge ihres vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vorquartal hinnehmen. Zwar blieb in sechs Branchen der Anteil der Teilnehmer mit Umsatzrückgängen unter dem hohen Gesamtdurchschnitt von 68,4%, lag aber nur bei den beiden Branchen Bekleidung (47%) und Medizinprodukte/Gesundheitswesen (50%) nicht bei mehr als der Hälfte. Besonders häufig hatten die Handelsvertreter für Textilerzeugnisse (88,8%!), Möbel (85%!), GPK/Haushaltswaren (77%), Bauwesen (75,4%), im Sammelbereich Andere (75%) und für Schuhe und Lederwaren (72,8%) unter Umsatzrückgängen zu leiden. In den Branchen Möbel, Schuhe und Lederwaren und Textilerzeugnisse waren mit 20% bis 33,3% auch überdurchschnittlich viele Handelsvertreter von besonders hohen Umsatzrückgängen von mehr als 30% betroffen.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 38. Vertriebsbarometer beteiligten sich 313 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 86 Teilnehmern über 27,5 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik (28), Maschinen und Industrieausrüstung (39) und Zulieferindustrie (19) an. Besonders viele Teilnehmer (65 bzw. 20,8%) kamen aus den Baubranchen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung (17), GPK/Haushaltswaren (13), Lederwaren/Schuhe (11), Möbel (20), Nahrungs- und Genussmittel (16) und Sportartikel (11), entfielen mit 88 gut 28,1% der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 74 Teilnehmern, gehörten 40 zum Sammelbereich „Andere“. Die übrigen 34 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen Papier-Verpackung-Büro-Druck (13), Medizinprodukte (12) und Textilerzeugnisse (9). Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Fast 35% der Teilnehmer beurteilten ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. So positiv beurteilten aber nur gut 22% auch die aktuelle Lage ihrer Branche. Fast 42% bzw. 48% der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage stieg um 5,8% auf 23,3% bzw. um 8,1% auf 29,7%.
- Nur noch etwas mehr jeder zwanzigste Teilnehmer (5,1%) rechnet kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäftslage. Keine Änderungen erwarten kurzfristig 46,6% der Teilnehmer, etwas mehr (+3,5%) als im Sommer. Kurzfristige Verschlechterungen erwarten jetzt mit 41,5% etwas weniger (-1,3%) der Teilnehmer als im Sommer.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit fast 25% nahezu ein Viertel der Teilnehmer, kaum weniger als im Sommer, positiv. Kaum größer (25,2%) und damit leicht rückläufig (-1,6%) war der Anteil der Befragten, die langfristig keine Änderung erwarteten. Aber auch der Anteil der Pessimisten verringerte sich geringfügig um 0,6% auf 33,2% der Befragten. Fast jeder sechste Teilnehmer traute sich keine Beurteilung

der langfristigen Perspektiven seiner Branche zu.

- Der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im zweiten Quartal 2023 gegenüber dem Vorquartal ist um -7,3% auf 26,2% zusammengeschrnolzen. Der 68,4-prozentige Anteil derjenigen, die einen Ruckgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten, ist dementsprechend um 7,5% angewachsen.

Berlin, Dezember 2023