

Ergebnisse des 29. CDH-Vertriebsbarometers

Wenig Änderung

Das 29. Online-Vertriebsbarometer im Herbst 2020 stand bei den Handelsvermittlungsunternehmen weiterhin im Zeichen der Corona-Krise. Trotz des „Lockdowns light“ blieb die Beurteilung der eigenen Geschäftslage und der Situation der jeweiligen Branche nach der Verbesserung im Sommer weitgehend unverändert. Etwas skeptischer als im Sommer, wurden aber sowohl die kurzfristigen Geschäftsaussichten als auch die langfristigen Perspektiven beurteilt.

Die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren dabei, wie im Sommer, größer denn je. Bemerkenswert ist, dass 8,7 Prozent der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage und 6,3 Prozent die Lage ihrer Branche als sehr gut bezeichneten, kaum anders als im Spätherbst 2019, also vor Corona. Im vergangenen Sommer tat das mit 8,0 bzw. 5,3 Prozent ein etwas geringerer Anteil der Teilnehmer. Rückläufig war dagegen der jeweils 24-prozentige Anteil der guten Beurteilungen sowohl der eigenen als auch der Branchenlage. Als gut beurteilte im Sommer mit 27,3 Prozent und 26,1 Prozent noch ein spürbar größerer Anteil der Teilnehmer ihre eigene Geschäftslage bzw. die Lage ihrer Branche. Mit 39,0 Prozent bezeichnete, wie immer, der größte und von 36,5 Prozent im Sommer nochmals gestiegene Anteil der Teilnehmer ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend. Leicht zurück ging dagegen der Anteil derjenigen, die die Lage ihrer Branche als befriedigend beurteilten, von 41,7 Prozent auf 40,4 Prozent und bildete auch hier wieder die größte Gruppe. Kaum anders als im Sommer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der eigenen Geschäftslage mit 28,2 Prozent nach 28,4 Prozent. Für Ihre Branche beurteilte mit 29,3 Prozent nach 26,9 Prozent aktuell ein etwas höherer Anteil der Teilnehmer die Lage als schlecht. Das war aber immer noch ein erheblich geringerer Anteil als im Frühjahr mit 34,9 und 34,0 Prozent schlechter Bewertungen der eigenen bzw. der jeweiligen Branchenlage.

Aussichten etwas eingetrübt

Etwas skeptischer als im Sommer, beurteilten die Teilnehmer ihre kurz- und langfristigen Geschäftsaussichten. Nur noch 7,0 Prozent nach 11,4 Prozent im Sommer betrug der Anteil der eher besseren kurzfristigen Erwartungen. Geringfügig gewachsen, von 39,4 auf 39,9 Prozent, ist dagegen der Anteil derjenigen, die kurzfristig wenig Änderung erwarteten. Etwas kräftiger ist mit ebenfalls 39,9 Prozent, nach 38,3 Prozent, der Anteil der Teilnehmer gewachsen, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten. Er liegt damit aber immer noch fast ein Drittel oder 19,4 Prozentpunkte niedriger als im Frühjahr mit 59,3 Prozent. Aktuell 13,3 Prozent nach 11 Prozent der Teilnehmer im Sommer, traute sich keine Beurteilung der kurzfristigen Aussichten zu. Während des Shut-Downs im Frühjahr lag dieser Anteil aber noch bei fast einem Viertel der Teilnehmer (23,6 Prozent).

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, wurden erneut die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. So ist der Anteil der Optimisten – trotz Corona - im Sommer um 8,8 Prozentpunkte von 25,0 auf 33,8 Prozent angewachsen und im Herbst mit 33,1 Prozent auf ähnlichem Niveau geblieben. Allerdings ging der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, um drei Prozentpunkte von 25,0 Prozent im Sommer auf 22,0 Prozent im Herbst deutlich zurück. Passend dazu ist der Anteil der Teilnehmer, die langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen hatten, von 24,6 Prozent im Sommer auf 27,5 Prozent ebenso spürbar angestiegen. Relativ wenig Veränderung mit 17,4 nach 17,0 Prozent, gab es beim Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen Aussichten nicht zutrauten.

Deutliche Belebung beim vermittelten Warenumsatz

In jedem Vertriebsbarometer wird auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im jeweiligen Vorquartal gegenüber dem Quartal davor erhoben. Natürlich passt die Umsatzentwicklung des dritten Quartals 2020 nach dem Ende des ersten Shutdowns im Vergleich zum Vorquartal, dem Höhepunkt der Corona-Krise, nicht ganz zu den oben geschilderten Beurteilungen und Erwartungen nach Verhängung des zweiten leichten Shutdowns.

Im dritten Quartal 2020 konnten aber immerhin 38,3 Prozent der beteiligten Handelsvertreterbetriebe, nach zwischenzeitlich nur noch 24,3 Prozent im zweiten Quartal, ihren vermittelten Warenumsatz steigern. Dabei ist der Anteil der Teilnehmer mit großem Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent von 3,4 auf 4,5 Prozent nur leicht gestiegen. Immerhin 10,5 Prozent der Teilnehmer konnten Ihren Umsatz um 11 bis 30 Prozent steigern und 23,3 Prozent der Teilnehmerbetriebe um

bis zu 10 Prozent. Im zweiten Quartal 2020 gelang das lediglich 6,1 bzw. 14,8 Prozent der Teilnehmerbetriebe.

Gleichzeitig ist der Anteil der Teilnehmer, die im dritten Quartal 2020 Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten, von 71,9 Prozent im zweiten Quartal 2020 auf 53,3 Prozent drastisch gesunken. Dabei ist der Anteil der Teilnehmerbetriebe mit moderaten Einbußen von bis zu 10 Prozent des vermittelten Warenumsatzes mit 15,3 Prozent im dritten nach 19,3 Prozent im zweiten Quartal 2020 um 4,0 Prozentpunkte zurückgegangen. Die Anteile der Handelsvertreter mit stärkeren Umsatzeinbußen waren sogar noch stärker rückläufig. Im zweiten Quartal 2020 musste noch jeweils über ein Viertel der Teilnehmer Umsatzeinbußen von 11 bis 30 Prozent (26,1 Prozent der Teilnehmer) bzw. von über 30 Prozent (26,5 Prozent der Teilnehmer) verkraften. Im dritten Quartal reduzierten sich deren Anteile auf 19,2 Prozent mit 11 bis 30 Prozent Umsatzrückgang und 18,8 Prozent mit mehr als 30 Prozent Umsatzeinbuße.

Erheblicher Anteil möchte Überbrückungshilfe

In der Umfrage zum vorigen Vertriebsbarometer im Sommer gaben 46,4 Prozent der Teilnehmer an, die seinerzeit verfügbaren Corona-Hilfen genutzt zu haben. Seinerzeit dominierte die Überbrückungshilfe, die von 43,7 Prozent der Teilnehmer genutzt wurde. Von den 53,6 Prozent, die seinerzeit keine Hilfen beantragt hatten, haben 31,6 Prozent angegeben, die Corona-bedingten Einbußen hätten sie zu spät getroffen oder würden sie erst noch treffen. Das waren also gut 16,9 Prozent aller Teilnehmer.

Die CDH hat sich deshalb vehement für eine Verlängerung der sogenannten Überbrückungshilfe mit einer Ausweitung des Betrachtungszeitraumes für die Überprüfung der Antragsberechtigung eingesetzt. Offenbar nicht vergebens, denn in der jüngsten Herbstumfrage gaben 20,2 Prozent der Teilnehmer an, nach deren Verlängerung die Corona-Überbrückungshilfe der sogenannten Phase 2 beantragen zu wollen.

Berlin, Dezember 2020

Jens Wolff, Geschäftsführer der CDH-Wirtschaftsdienst GmbH