

34. CDH-Vertriebsbarometer, Sommer 2022

Verbesserte Lage mit pessimistischeren Erwartungen

Trotz fortdauernder Corona- und Ukraine-Krise während der Befragung der Handelsvertreter zum 34. Online-Vertriebsbarometer im Juli-August 2022, wurde die aktuelle Geschäftslage von einem deutlich größeren Anteil der Teilnehmer als im Frühjahr positiv beurteilt. Die Verbesserung der Beurteilungen der aktuellen Branchenlage war dagegen nur minimal. Erneut skeptischer als im Frühjahr wurden die kurzfristigen Geschäftsaussichten, deutlich pessimistischer aber vor allem die langfristigen Perspektiven beurteilt.

Die Unsicherheit bei der Beurteilung der langfristigen Perspektiven ist dabei deutlich angestiegen und die Unterschiede zwischen den verschiedenen Branchen waren bei allen Beurteilungen weiterhin sehr groß.

Deutlich überdurchschnittlich positiv waren – gemessen am Gesamtdurchschnitt – die Beurteilungen der aktuellen Geschäftslage in den Branchen Bauwesen, Zulieferindustrie und Papier-Verpackung-Büro-Druck. Insgesamt durchschnittlich oder ganz leicht überdurchschnittlich, wurde die Geschäftslage von den Teilnehmern der Branchen Elektrotechnik, Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung und Sportartikel, beurteilt.

Besonders schlecht waren die Beurteilungen im Sammelbereich „Andere“, erneut in der Branche Textilerzeugnisse und jetzt auch in der Möbelbranche. Die Geschäftslage in den Branchen Medizinprodukte, Maschinen und Industrieausrüstung und Glas-Porzellan-Kunstgewerbe (GPK)/Haushaltswaren wurde nur etwas schlechter als im Gesamtdurchschnitt beurteilt.

Im Gesamtdurchschnitt der Teilnehmer sind die Anteile der sehr guten (+3,2 %) und der guten (+3,7 %) Beurteilungen der eigenen aktuellen Geschäftslage zusammen deutlich um 6,9 Prozentpunkt gegenüber dem Frühjahr auf jetzt insgesamt 51,5 Prozent angestiegen. Der Anteil der schlechten Beurteilungen sank dagegen nur wenig von 15,5 auf 13,6 Prozent der Teilnehmer.

Einschätzung der Branchenlage fast unverändert

Die sehr guten und befriedigenden Beurteilungen der jeweiligen Branchenlage unterschieden sich in diesem Sommer erneut stärker als üblich von denen der eigenen Geschäftslage. Der Anteil der sehr guten Beurteilungen der Branchenlage war mit 7 Prozent deutlich geringer als die der Geschäftslage mit 11,6 Prozent. Deutlich höher war der Anteil der befriedigenden Beurteilungen der Branchenlage (41,9 %) gegenüber der eigenen Geschäftslage (34,9 %). Insgesamt haben sich die Beurteilungen der Branchenlage gegenüber dem Frühjahr aber kaum verändert.

In den Branchen Bauwesen, Elektrotechnik, Sportartikel und Zulieferindustrie wurde die aktuelle Branchenlage weit überdurchschnittlich häufig mit gut oder sehr gut bewertet, besonders in der Baubranche. In etwa dem Gesamtdurchschnitt entsprachen die Anteile der Bewertungen der Branchenlage in der Branche Medizinprodukte.

Mehr oder weniger größer als im Durchschnitt waren die Anteile der schlechten Beurteilungen der Branchenlage in den übrigen acht auswertbaren Branchen, sehr hoch vor allem bei GPK/Haushaltswaren, Bekleidung, Textilerzeugnissen, der Sammelgruppe „Andere“ und der Nahrungs- und Genussmittelbranche.

Zukunftserwartungen erneut spürbar skeptischer

Noch ein wenig pessimistischer als im Frühjahr, beurteilten die Teilnehmer ihre kurzfristigen Geschäftsaussichten. Nur noch 6,6 Prozent betrug der Anteil der besseren kurzfristigen Erwartungen nach 10 Prozent im Frühjahr und 12,5 Prozent im letzten Herbst. Etwas angestiegen, ist der Anteil derjenigen, die kurzfristig keine Änderung erwarteten, von 49,2 auf 51,2 Prozent und der Anteil der Teilnehmer, die kurzfristig eine Verschlechterung erwarteten, von 33 auf 34,5 Prozent.

Im Hinblick auf die kurzfristigen Perspektiven war der Anteil der Pessimisten besonders hoch in der Möbelbranche (66,7 %), unter den Vertretern für Medizinprodukte (63,6 %) und für GPK/Haushaltswaren (58,3 %). Am meisten Optimisten und am wenigsten Pessimisten gab es zu den kurzfristigen Aussichten in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Papier-Verpackung-Büro-Druck. In etwas geringerem Maße gilt das aber auch für die Branchen Sportartikel, Maschinen und Industrieausrüstung, Textilerzeugnisse, und Zulieferindustrie.

Deutlich optimistischer als die kurzfristigen, wurden wieder die langfristigen Geschäftsaussichten beurteilt. Der Anteil der Optimisten ist jetzt zwar gegenüber dem letzten Frühjahr um 8,4 Prozentpunkte auf 19,8 Prozent drastisch zurückgegangen, liegt damit aber immer noch deutlich über deren Anteil bei den kurzfristigen Aussichten von 6,6 Prozent. Der Anteil der Teilnehmer, die langfristig keine Veränderung ihrer Geschäftsaussichten erwarteten, ist von 29,1 Prozent im letzten Frühjahr auf jetzt 27,9 Prozent der Teilnehmer geringfügig zurückgegangen. Langfristig eher schlechtere geschäftliche Erwartungen haben jetzt aber 33,3 Prozent der Teilnehmer nach 28,2 Prozent im Frühjahr und 21,8 Prozent im vorigen Herbst. Auch der Anteil der Teilnehmer, die sich eine Beurteilung der langfristigen Aussichten nicht zutrauten, ist mit 19 Prozent gegenüber 14,6 Prozent im Frühjahr ebenfalls deutlich angestiegen.

Bei der Beurteilung der langfristigen Geschäftsaussichten gab es ebenfalls große Unterschiede zwischen den Teilnehmern der verschiedenen Branchen. Überdurchschnittlich häufig optimistisch beurteilten die Teilnehmer der Branchen Textilerzeugnisse, Nahrungs- und Genussmittel, Maschinen und Industrieausrüstung, Zulieferindustrie und Medizinprodukte ihre langfristigen Aussichten. Der Anteil der Teilnehmer, die ihre langfristigen Geschäftsaussichten negativ beurteilten, war in den Branchen GPK/Haushaltswaren, Sportartikel, Bauwesen, der Sammelgruppe „Andere“ und in der Möbelbranche besonders hoch.

Vermittelter Warenumsatz rückläufig

Im aktuellen Vertriebsbarometer wurde auch die Entwicklung des vermittelten Warenumsatzes im letzten abgeschlossenen Vorquartal (II 2022) gegenüber dem Quartal davor (I 2022) erhoben. Im letzten abgeschlossenen Quartal konnten nur 29,1 Prozent (-5,9 %) der beteiligten Handelsvertreterbetriebe ihren vermittelten Warenumsatz um bis zu 10 Prozent gegenüber dem Vorquartal steigern. Weitere 13,2 Prozent (+0,3 %) der Teilnehmerbetriebe konnten ihren vermittelten Warenumsatz um 11 bis 30 Prozent und nur noch 1,6 Prozent (-1 %) der Teilnehmer konnten ihren vermittelten Warenumsatz sogar um mehr als 30 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal steigern.

Dagegen mussten jetzt 26 Prozent (+3 %) der teilnehmenden Handelsvertreter einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes um bis zu 10 Prozent und 13,2 Prozent (+1,9 %) 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 bedauerlicherweise von 6,8 Prozent auf 9,3 Prozent angewachsen. Nur noch 7,8 nach 8,4 Prozent der Teilnehmer konnten ihre Umsatzentwicklung nicht abschätzen. Der Anteil von Teilnehmerbetrieben mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes gegenüber dem Vergleichsquartal war mit 43,9 Prozent jetzt deutlich niedriger, als der 48,5-prozentige Anteil derjenigen, die Rückgänge des vermittelten Warenumsatzes zu verzeichnen hatten.

Weniger Umsatzrückgänge durch Lieferengpässe

Wegen der anhaltenden Lieferengpässe für viele Rohstoffe, Vorprodukte und Fertigwaren in zahlreichen Branchen, haben wir die am 34. Vertriebskompass teilnehmenden CDH-Mitglieder erneut auch nach Umsatzrückgängen und deren Größenordnung infolge von Lieferengpässen befragt. Immerhin 39,5 Prozent der Teilnehmerbetriebe nach 33,7 Prozent im Frühjahr und 36,3 Prozent der Teilnehmer im Herbst vergangenen Jahres, waren demnach nicht (mehr) von Umsatzeinbußen wegen Lieferengpässen betroffen.

Der Anteil von 28,7 Prozent (+0,2 %) der Teilnehmer, die Umsatzrückgänge von bis zu 10 Prozent verzeichneten, blieb dabei nahezu unverändert. Umsatzrückgänge von über 10 bis 20 Prozent gaben dagegen nur noch 17,1 Prozent nach 20,7 bzw. 21,4 Prozent der Teilnehmer im letzten Frühjahr bzw. Herbst an. Nur relativ geringfügig rückläufig war der Anteil der Teilnehmer, die über 20 bis 30 Prozent Umsatzrückgang durch Lieferengpässe verzeichneten, von 9,7 auf 8,9 Prozent. Der Anteil von 5,8 Prozent der Teilnehmer, die Einbußen von mehr über 30 Prozent aufgrund von Lieferengpässen hinnehmen mussten, ist um immerhin 1,6 Prozentpunkte zurückgegangen.

Natürlich war der Anteil der Betroffenen und der Grad der Betroffenheit in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Besonders, also weit überdurchschnittlich oft und stark von Umsatzeinbußen durch Lieferengpässe betroffen, waren die Handelsvertreter für GPK/Haushaltswaren, Sportartikel, Medizinprodukte und Möbel.

Etwas überdurchschnittliche Umsatzeinbußen, aber weniger häufig als im Durchschnitt, hatten die Handelsvertreter für Bekleidung. Umgekehrt waren die Handelsvertreter für Elektrotechnik, Nahrungs- und Genussmittel und Maschinen und Industrieausrüstung überdurchschnittlich häufig, aber in unterdurchschnittlichem Ausmaß mit Umsatzrückgängen wegen Lieferengpässen konfrontiert.

Am seltensten und am wenigsten mussten die Handelsvertreter der Branchen Papier-Verpackung-Büro-Druck und Bauwesen Umsatzrückgänge durch Lieferengpässe hinnehmen. Die Teilnehmer der übrigen Branchen waren in etwa durchschnittlich häufig und in durchschnittlichem Maße von Umsatzeinbußen durch Lieferengpässe betroffen.

Hinweise zum besseren Verständnis der Ergebnisse

An diesem 34. Vertriebsbarometer beteiligten sich 259 CDH-Mitgliedsunternehmen. Allen Teilnehmern ein herzliches Dankeschön! Davon gehörten mit 66 Teilnehmern fast 25,5 Prozent den drei technischen Branchen Elektrotechnik, Maschinen / Industrierausrüstung und Zulieferindustrie an und nahezu ebenso viele Teilnehmer (63) entfiel auf die Baubranchen. Auf die sechs Konsumgüterbranchen Bekleidung, Glas-Keramik-Kunstgewerbe, Lederwaren/Schuhe, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel und Sportartikel, die besonders von den Preissteigerungen im Einzelhandel betroffen waren, entfielen mit 71 nur etwas mehr als ein Viertel der Teilnehmerbetriebe. Von den übrigen 59 Teilnehmern, entfallen mit 30 gut die Hälfte auf den Sammelbereich „Andere“. Die übrigen 29 Befragten verteilen sich auf die drei restlichen Branchen Medizinprodukte, Textilerzeugnisse und Papier-Verpackung-Büro-Druck. Das muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

Die wichtigsten Ergebnisse

- Über 51 Prozent der Teilnehmerbetriebe beurteilte ihre eigene aktuelle Geschäftslage als gut oder sehr gut. So positiv beurteilte aber nur über 45 Prozent die aktuelle Lage ihrer Branche. Knapp 35 bzw. fast 42 Prozent der Befragten hielten ihre Geschäfts- bzw. Branchenlage für befriedigend. Spürbar geringer war der Anteil der schlechten Beurteilungen der Geschäfts- und Branchenlage mit 13,6 bzw. 12,8 Prozent.
- Nur jeder fünfzehnte Teilnehmer und damit ein gutes Drittel weniger als im Frühjahr, rechnete kurzfristig mit einer Verbesserung der Geschäfts- und Branchenlage. Keine Änderungen erwartete kurzfristig etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer. Kurzfristige Verschlechterungen erwartete dagegen etwas mehr als jeder Dritte Teilnehmer. Die beiden letztgenannten Anteile haben sich damit gegenüber dem Frühjahr nur geringfügig erhöht.
- Die langfristigen Perspektiven beurteilte mit 19,8 Prozent nur ein knappes Fünftel der Teilnehmer optimistisch. Genau ein Drittel erwartet dagegen langfristig eine Verschlechterung. Der Anteil der Optimisten ist damit gegenüber der Frühjahrsumfrage nochmals deutlich gesunken und der der Pessimisten deutlich gestiegen. Der Anteil der Befragten, die langfristig keine Änderung erwartete, blieb dagegen mit knapp 28 Prozent nahezu konstant. Fast jeder fünfte Teilnehmer (19 %) hielt die langfristigen Geschäftsaussichten für nicht beurteilbar.
- Der Anteil von 43,9 Prozent der Teilnehmerbetriebe mit einer Steigerung des vermittelten Warenumsatzes im zweiten Quartal 2022 gegenüber dem Vorquartal war deutlich geringer, als der 48,5-prozentige Anteil derjenigen, die einen Rückgang ihres vermittelten Warenumsatzes hinnehmen mussten.
- Gut 60 Prozent der teilnehmenden CDH-Mitgliedsunternehmen war von Umsatzrückgängen aufgrund von Lieferengpässen betroffen, fast 32 Prozent in einem Ausmaß von mehr als 10 Prozent.

Berlin, September 2022