

PRESSE-INFO

Neue Studie GPK/Haushaltswaren zeigt Perspektiven bis zum Jahr 2025 auf

Seit 2012 gibt der interaktive Handel Vollgas

Köln, 8. Mai 2017 - Das Zuhause feiert fröhliche Urstände. Kochen und Backen sind zur trendigen Freizeitbeschäftigung avanciert, und Genuss gilt in allen Branchen als probates Mittel, um die Kunden in die Läden zu locken. Trotzdem boomt es nicht in der Branche, die das passende Equipment für diese Megatrends bietet: Gegenüber 2015 gab das Marktvolumen von GPK und Haushaltswaren sogar leicht nach. Zu diesem Ergebnis kommen die Marktanalysten von Marketmedia24 im „BranchenREPORT GPK/Haushaltswaren 2017“. In der neuen Studie kommen erstmals auch die Konsumenten zu Wort, die in einer repräsentativen Verbraucherbefragung über Marken, Kaufverhalten und -wünsche Auskunft geben.

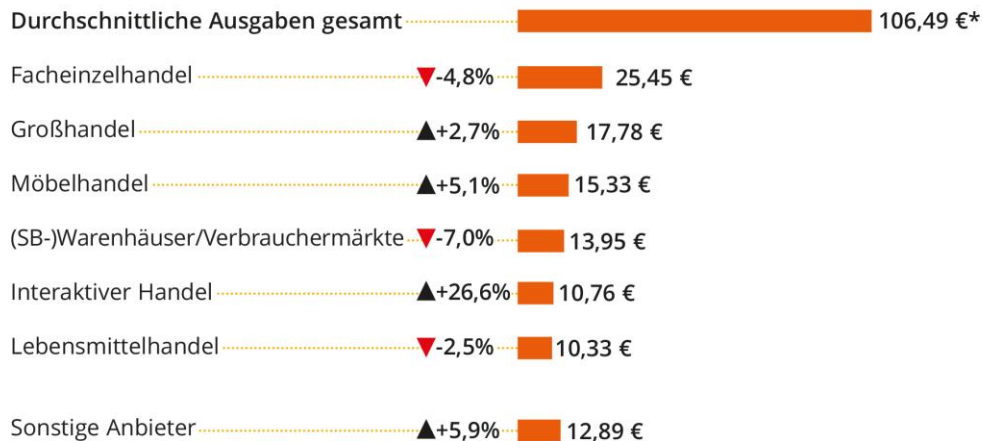
Wann und welche Produkte und Marken vorzugsweise wo gekauft werden, das wollten die Branchenexperten von Marketmedia24 genau wissen. Eine Anfang Mai durchgeführte Primärforschung gibt Antworten auf diese drängenden Fragen der Branche, deren Konsumausgaben für die Produkte nahezu stagnieren. Eine grundsätzliche Abkehr von der Branche ist damit aber nicht verbunden. Denn schon 2017 werden sich die Shopper wieder spendabler geben, so die aktuelle Kurzfristprognose von Marketmedia24.

Dafür sprechen nicht nur die Trendindikatoren, auch die Rahmenbedingungen sind gut. Für das Szenario der Studie, das die Strömungen bis 2025 auswertet, sind allein die wachsenden Wohnungs- und Bevölkerungszahlen Gründe für optimistische Annahmen. Damit verbunden ist in Folge ein Marktwachstum von rund 11 Prozent. Dagegen nimmt sich das von GPK und Haushaltswaren gemeinsam generierte Umsatzplus, das im direkten Vergleich der Jahre 2012 und 2016 bei 3 Prozent lag, bescheiden aus.

Für Überraschungen sorgt die Gewinner- und Verliererliste für das Jahr 2016. Darin befanden sich die Geschirre im dritten Jahr in Folge im Aufwind. Dabei zeigten nicht nur Privathaushalte neues bzw. mehr Gefallen an der Tischkultur. Auch im Hotel- und Gaststättenbereich lief es gut. Mit einer leicht negativen Umsatzentwicklung fielen dagegen Koch-/ Backgeschirre und Pfannen auf. Ihnen reichte die Mitgliedschaft zum „Freizeitmarkt“ Kochen nicht zu neuem Wachstum. Allerdings musste dieser viel beachtete Teilmarkt 2016 preisaggressive Störfaktoren durch einige Marktteilnehmer verkraften. Doch schon für 2017 weisen die Vorzeichen wieder nach oben. Die Nachfrage nach neuen und hochwertigen Produkten erweist sich als stabil.

Fachhandel bleibt vorn

Pro-Kopf-Ausgaben für GPK/Haushaltswaren im deutschen Handel im Jahr 2016



*Basis: Gesamtbevölkerung

Das meiste Geld für den gedeckten Tisch, Haushaltswaren und Dekorationsartikel geben die Deutschen nach wie vor im Fachhandel aus. Aber der Wettbewerb rückt näher. So legten die Pro-Kopf-Ausgaben beispielsweise im interaktiven Handel im Vergleich zu 2012 um gut 26 Prozent zu.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Von der mehr oder weniger großen Vorliebe zu den Produkten der Branche profitiert der Marktführer unter den Vertriebswegen, der Facheinzelhandel, immer weniger. Von der Pro-Kopf-Ausgabe, die 2016 im Bundesdurchschnitt bei 106,49 Euro lag, entfielen nur noch 25,45 Euro auf den Fachhandel. Dagegen legte der interaktive Handel seit 2012 um über 26 Prozent zu, wobei keineswegs nur preisaggressive Produkte auf die Post gingen. Eva Barth-Gillhaus, Autorin des Branchen-Report GPK/Haushaltswaren“, gibt sich in ihren Expertentipps allerdings überzeugt davon, dass der interaktive Händler noch nicht das größte Problem des Fachhandels ist: „Die konsequente Ansprache der Kunden ist der Schlüssel. Das Warenangebot allein reicht nicht mehr zur Differenzierung.“

Allerdings nimmt der Druck der Onliner zu, zu denen übrigens auch einstige stationäre Fachhändler zählen. Noch in den Jahren zwischen 2006 und 2011 war der Marktanteil des interaktiven Handels sogar gesunken. Mit dem Erstarken des modernen Internethandels allerdings legte der Vertriebsweg in großen Schritten zu. Eine Dynamik, die sich bis 2025 fortsetzen wird, während sich der Fachhandel dann gerade noch bei 20 Prozent Marktanteil halten kann, so das Szenario des Branchen-Reports.

Der neue „Branchen-REPORT GPK/Haushaltswaren 2017“ liefert belastbare Fakten und Zahlen bis zum Jahr 2025. Die Studie kann zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. unter studien@marketmedia24.de bestellt werden.

3.941 Zeichen inkl. Leerzeichen | 552 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.



Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.

Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.