



Info Wohnen und Büro

IWB Nr. 07 | 09.02.2018

Informationen der Handelsverbände Wohnen und Büro (HWB) ♦ Büro und Schreibkultur (HBS) ♦ Koch- und Tischkultur e.V. (GPK) ♦ Möbel und Küchen (BVDM) ♦ Farben und Tapeten (BFT)

Inhalt

- GPK: GPK-Pressekonferenz: Neue Impulse**
- GPK: Informationsstand auf der „Ambiente“**
- GPK: Verband ist Kooperationspartner für Shanghai-Reise**
- BVDM: Leuchtenmarkt weiter auf Wachstum**
- BVDM: Höffner baut in Schwetzingen um**
- BVDM: Roller wird neuer Ankermieter bei Möbel Bohn**
- HBS: Canon legt Rechtsstreit bei**
- BVDM: take-e-way Seminare für Möbelhändler**
- HBS: Insights-X. Neue Aussteller**
- HBS: Auf Reisen top: Ultrabooks fürs mobile Büro**

Aufgrund der Pflege „rheinischen Brauchtums“ ist das Verbändebüro am kommenden Rosenmontag nicht erreichbar und dieser Newsletter erscheint bereits heute.

GPK

GPK-Pressekonferenz: Neue Impulse bei Tisch- und Küchenausstattung

Der Gesamtmarkt der Sortimente aus dem Bereich Koch- und Tischkultur, Wohnaccessoires und Geschenkartikel hält sich auf ungebrochen hohem Niveau. Nach dem starken Anstieg im Jahr 2015 konnten die Umsätze auch im Jahr 2017 gehalten werden. 6,3 Mrd. Euro Gesamtumsatz und damit 0,3 % mehr als im Vorjahr waren es in 2017. Am besten entwickelten sich dabei Wohnaccessoires und Dekoration.

„Shooting Star“ unter den Sortimenten ist stets das Thema Kochen. Nach Berechnungen des Instituts für Handelsforschung (IFH) legten Koch-, Brat- und Backgeschirr nochmals um 7,1 % zu und stellen einen Jahresumsatz von 876 Mio. Euro dar. Schwächer schnitten Schneidwaren ab. Doch die

Reise. Auf Einladung der Messe Frankfurt wird es neben dem Begrüßungsabend auch einen VIP-Empfang geben. Mehr Informationen unter www.gpk-online.de

BVDM

Leuchtenmarkt weiter auf Wachstum

2,4 Mrd. Euro Umsatz konnte der Lampen und Leuchten-Bereich im vergangenen Jahr generieren (plus 2,6 %). Das belegt die aktuelle Studie „Branchen-Spiegel Licht 2018“ von Marketmedia24. Dass die „imm cologne“ für ihre Veranstaltung Licht als integralen Bestandteil des Wohnens im Messekonzept aufnahm, ist ein deutliches Signal. Der ganzheitliche Ansatz und die Verknüpfung mit digitaler Technologie gaben hier den Ausschlag. Der Möbelhandel schloss im Vergleich zu seinen Wettbewerbern das Licht-Jahr 2017 mit dem bisher größten Umsatzplus von 4,6 % ab. Marktmotoren sind vor allem Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz der Branche. Und auch die Smartifizierung des Alltags spricht immer mehr die älter werdende Bevölkerung an, da sie dabei hilft, länger unabhängig zu Hause wohnen zu können.

Mit dem Wandel von der Raumbelichtung zur Raumgestaltung verändern sich auch die Anforderungen an die Vertriebswege. Zwar stehen als Marktführer die Bau- und Heimwerkermärkte unangefochten an der Spitze, aber dicht dahinter folgt schon der interaktive Handel und der Direktvertrieb, die sich Platz Zwei teilen. Der klassische Produktverkauf wird durch die Digitalisierung immer stärker in den Hintergrund gerückt.

Auch der deutsche Fachhandel leidet, zumindest die Betriebe, die sich nicht in einem gehobenen Genre positionieren können. Denn ab einer gewissen konsumigen Preislage leidet die Marge. Wobei auch die mittelständische Industrie durch den Preiswettbewerb mit den Eigenmarken der Großfläche unter Druck gerät.