



Schreibwaren Fachhandel

PBS-Studie zeigt Wachstumsperspektiven

Die Pandemie hat den deutschen Markt für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren hart getroffen. In den beiden Corona-Jahren 2020 und 2021 brach der Umsatz um insgesamt 2 Mrd. Euro ein. Dabei weist Papier als größter PBS-Teilmarkt mit einem Minus von rund 14 Prozent den kräftigsten Rückgang aus. Die Berechnungen der Marktforscher von Marketmedia24 im „Branchen-Report Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“ sind für die Zukunft eher verhalten optimistisch.

Die Umsätze für Büro- und Schulbedarf, die sich vor Corona noch im leichten Aufwind befanden, gaben in der Pandemie zweistellig nach. Das gleiche Schicksal ereilte die Schreibwaren. Und auch nach dem Ende der pandemischen Lage bleiben die Rahmenbedingungen für Industrie und Handel herausfordernd. Dementsprechend schaumgebremst sind die Prognosen der Analysten von Marketmedia24 in ihrem „Branchen-Report Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2022“. So beeinträchtigt Corona weiterhin das Konsumklima. Der Frequenzrückgang in den Innenstädten verfestigt sich, parallel boomt das Online-Business. Händler und immer mehr Hersteller entscheiden sich für B2C-Vertriebsstrategien. Hinzu kommt, dass zahlreiche Lieferketten nach wie vor gestört sind. Das Corona-Reglement verursacht zusätzliche Kosten. Umsatz- und Ergebnis-einbußen sind in vielen Sortimenten spürbar, was zur Folge hat, dass Profitabilität und Investitionsfähigkeit tendenziell eingeschränkt bleiben. Auf der anderen Seite werden Transformationsprozesse und Digitalisierung konsequenter vorangetrieben, u. a. weil Distanzhandel vor und während der Pandemie seine Wettbewerbsstärke bewiesen hat. 2016 generierte dieses Handelsformat noch 2,5 Mrd. Euro Umsatz mit PBS-Artikeln, bis 2021 beläuft sich das Erfolgsplus auf über 12 Prozent. Aber nicht nur auf der Vermarktungs- sondern auch auf der Beschaffungsseite besteht Handlungsbedarf. So blickt der Verband der PBS-Markenindustrie aufgrund der angespannten Rohstoffverfügbarkeit und der unkalkulierbaren Beschaffungskosten sorgenvoll in die Zukunft. Zu den weiteren marktrelevanten Trends, die auch künftig auf die Geschäftsmodelle und Sortimente der PBS-Branche Einfluss haben werden, zählen neben der Digitalisierung besonders die neue Art zu arbeiten. Für Soennecken-Vorstand Georg Mersmann ist der klassische Bürobedarf ein „Verdrängungs- und kein Wachstumsmarkt“. Aber nicht nur er sieht Chancen, von der damit verbundenen Marktkonsolidierung profitieren zu können. Dabei nehmen Handel und Industrie gezielt die digitalaffinen Zielgruppen ins Visier. Der Handelsverband Wohnen und Büro (HWB) zeigte sich in seinem Geschäftsbericht 2020/2021 bereits davon überzeugt, dass der Dienstleistungsanteil im PBS-Handel weiter ansteigt und sich der klassische PBS-Bereich hybrider

Online auf Gewinnerkurs

Der einzige Gewinner, der nach den beiden Corona-Jahren ein Umsatzplus ausweist, ist der Distanzhandel. Der Siegeszug der Onliner wird sich auch nach Corona fortsetzen. Das hat zur Folge, dass bis 2030 der Online-Handel mit fast 29 Prozent Marktanteil deutlich vor dem Fach-einzelhandel liegen wird. Lediglich die Gruppe der „Sonstigen Anbieter“ kommt 2030 im optimistischsten Szenario ebenfalls auf etwas mehr Umsatz als 2019.

aufstellen und neue Produkte ins Sortiment aufnehmen wird. Neben zusätzlichen Absatzfeldern gibt die sich während der Corona-Phase verändernde Nachfrage die Richtung vor. So wurde zum Teil mehr Qualität gefragt und individuelle Produkte fanden wachsenden Anklang. Insbesondere die Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten wird immer lauter. Darum werden die Sortimente entsprechend angepasst, selbst wenn die Verkaufszahlen noch nicht immer den gleichen Weg gehen. Insider schätzen den Umsatzanteil von nachhaltigen Produkten auf mindestens 5 und maximal 15 Prozent. An einer strategischen nachhaltigen Ausrichtung führt demnach kein Weg vorbei.