

PRESSE-INFO

Neue Zahlen für die PBS-Branche

Verbraucher kaufen am liebsten im Schreibwarengeschäft

Köln. 32 Prozent der Konsumenten nutzen das Schreibwarengeschäft als Einkaufsquelle für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren (PBS) und nur 16,4 Prozent kaufen online. Mit diesen Tatsachen warten die Kooperationspartner Marketmedia24, Köln, und NoceanZ Marktforschung GmbH, Würzburg, im Vorfeld der Leitmesse der Branche, der Paperworld in Frankfurt auf. Nicht die einzige Überraschung einer repräsentativen Verbraucherbefragung, die die Kölner Marktforscher in Zusammenarbeit mit dem Verband der PBS-Markenindustrie für den neuen „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2017“ in Auftrag gaben. Auch von der Produktseite gibt es gute Nachrichten. Zwar schwächelte der deutsche PBS-Markt auch 2016, aber nicht alle Marktakteure waren gleichermaßen betroffen. So beispielsweise die im Verband der PBS-Markenindustrie organisierten 47 Unternehmen, denn sie legten im Vergleich zum Vorjahr im Durchschnitt um etwa 6 Prozent zu, erläutert Geschäftsführer Thomas Bona.

Wenn selbst Erwachsene wieder zu Malstiften greifen, darf es nicht wundern, wenn eine von der Digitalisierung auf Vertriebs- und Produktseite vermeintlich bedrohte Branche auch positive Nachrichten sendet. So generierte nach Analysen von Marketmedia24 der deutsche PBS-Markt 2016 im Vergleich zum Vorjahr insgesamt zwar nur eine schwarze Umsatznull. Doch es gab im letzten Jahr auch echte Gewinner unter den für den „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2017“ insgesamt zwanzig erfassten Warengruppen und sechs wichtigsten Vertriebskanälen.

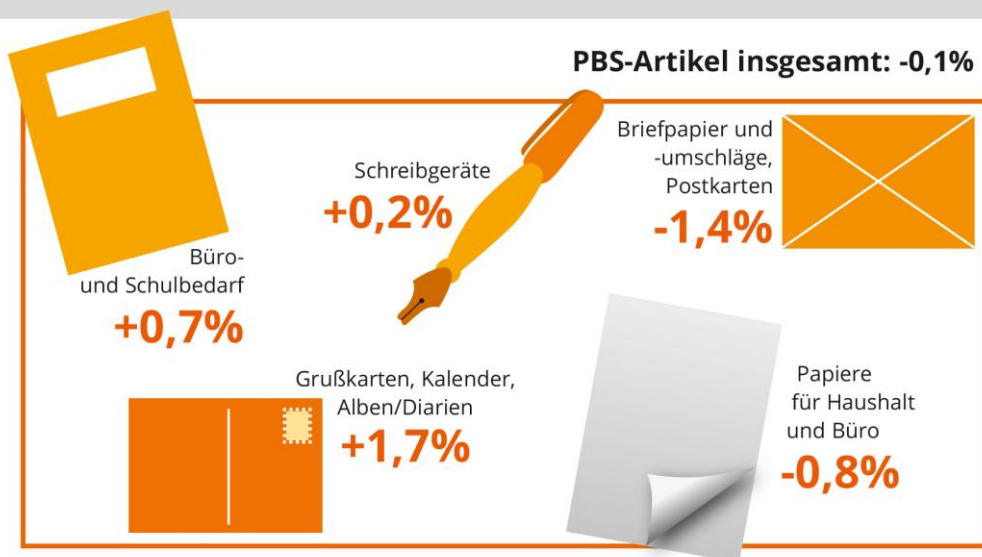
Gründe dafür liegen in den unterschiedlichen Strömungen, die auf den PBS-Markt wirken, erläutert Dr. Christoph von Rothkirch, der als Netzwerkpartner für die Szenarioforschung von Marketmedia24 verantwortlich zeichnet: „Gegen Wachstumsträume spricht ein internetgetriebenes sinkendes Preisniveau vor allem bei Massenprodukten wie Papier.“ Auch die modernen Kommunikationswege von Email über SMS bis zu den unterschiedlichen App-„Wegen“ drücken auf die Nachfrage nach Branchenprodukten. Dennoch oder sogar deswegen können andere Segmente durchaus von einem Hype sprechen. Die Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG) stellt zum Beispiel fest, dass „neue Kartengrüße“ überproportional wachsen. Tatsächlich stieg in Folge auch 2016 die Konsumausgabe für die Warengruppe „Glückwunsch-/Trauer-/Ansichtskarten“ um weitere 3 Prozent, bestätigen die Analysten von Marketmedia24.

Auch Michael Reichhold, Objektleiter/Director der Messe Frankfurt Exhibition GmbH, gibt sich im „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2017“ optimistisch: „Es gibt eine verstärkte Nachfrage nach hochwertigen Schreibgeräten, Papieren und Grußkarten. Das geschriebene Wort drückt Wertschätzung aus und ist besonders im Business-Umfeld gefragt.“ Aus diesem Grund geht Reichhold davon aus, dass bei einer stabilen gesamtwirtschaftlichen Lage auch der PBS-Markt stabil bleiben wird.

Die gute Stimmung auch der deutschen PBS Marken spiegelt sich in den Ergebnissen der repräsentativen Verbraucherbefragung: So geben über 45 Prozent der Befragten an, sich beim Einkauf gezielt für Markenprodukte zu entscheiden bzw. in erster Linie auf bekannte Marken zu achten. Dabei werden Herlitz, Pelikan und Leitz (in dieser Reihenfolge) am häufigsten genannt.

Innovation und Marke sind Wachstumstreiber

Konsumausgaben für PBS-Artikel 2016 im Vergleich zum Vorjahr



Der deutsche Markt für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren (PBS) schwächelte auch im Jahr 2016. Doch das galt nicht für alle Marktteilnehmer. „Die im Verband der PBS-Markenindustrie organisierten Markenfirmen haben 2016 im Durchschnitt zum Vorjahr um etwa 6 Prozent zugelegt“, so das Statement zur aktuellen Geschäftslage von Geschäftsführer Thomas Bona. Auch der Grußkartenverband AVG meldet ein positives Ergebnis.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Trotz eindeutiger Präferenz der Verbraucher für das Schreibwarengeschäft spricht die gemessene Umsatzentwicklung eine andere Sprache: eindeutiger Gewinner ist der interaktive Handel, der von 2012 bis 2016 Umsatzzuwachs verbuchte. Schreibwarengeschäfte verloren im gleichen Zeitraum um fast 8 Prozent Umsatz.

Der neue „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2017“ enthält die vollständigen Ergebnisse der repräsentativen Verbraucherbefragung und liefert darüber hinaus belastbare Fakten und Zahlen bis zum Jahr 2025. Die Studie ist in Kürze zum Preis von 850,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

4.102 Zeichen inkl. Leerzeichen | 527 Wörter

Ihr Kontakt

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

Der Abdruck ist honorarfrei.
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.



Seit 1996 sind wir für unsere Kunden in Sachen Marktforschung unterwegs. Neben der Datenerhebung mit allen gängigen Methoden (Telefonisch, Persönlich, Schriftlich, Online, per App, Focus Gruppen, Beobachtung etc.) bieten wir Ihnen kompetente Beratung rund um das Thema Marktforschung. Neben der Unterstützung bei der Methodenauswahl, der Entwicklung des Fragebogens der Organisation und Durchführung der Erhebung sind wir ebenso der Ansprechpartner wenn es um das Thema Auswertung und Aufbereitung der Daten geht.