

PRESSE-INFO

Neuer PBS-Branchenreport von Marketmedia24 prognostiziert Wachstum bis 2030

Nachhaltigkeit ist wichtigstes Kaufkriterium

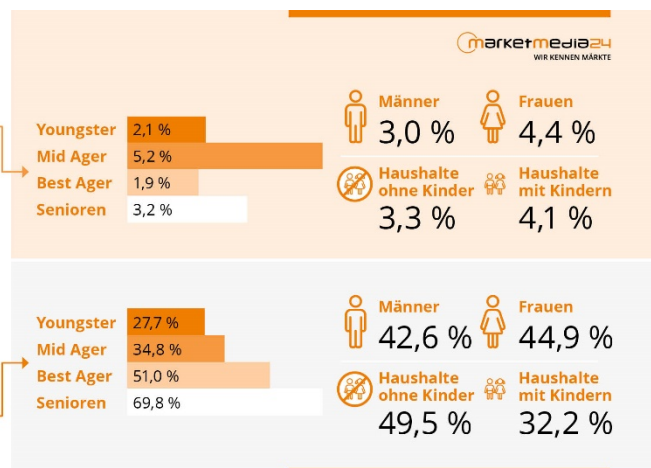
Köln. Die deutsche PBS-Branche leidet seit Jahren unter Umsatzrückgängen. Von 2012 bis 2022 hat das Marktvolumen um fast 22 Prozent nachgegeben, so ein Ergebnis aus dem aktuellen „BranchenREPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2023“ von Marketmedia24, Köln. Aber auch positive Signale zeigt die Studie: So haben sich die speziell pandemiebedingten Umsatzeinbußen im zurückliegenden Jahr nicht nur abgemildert, sondern vereinzelt wieder ins Positive verkehrt. Und obwohl die Rahmenbedingungen krisengetrieben bleiben, ist Volker Jungeblut, Geschäftsführer des Verbands der PBS-Markenindustrie, zuversichtlich, „dass 2023 ein gutes Jahr für die Branche werden kann, wenn es gelingt die Inflation zu bremsen“. Eine Hoffnung, die das Best-Case-Szenario der Kölner Marktexperten unterstreicht. Danach werden die PBS-Umsätze bis 2030 auf knapp 12,4 Milliarden Euro steigen können. Sie liegen dann zwar um 15 Prozent unter dem Vor-Corona-Jahr (2019), aber immerhin noch gut 6 Prozent höher als heute.

Etwas mehr als zwei Drittel der PBS-Umsätze entfallen auf den Papiermarkt, welcher sich im Vergleich zur Gesamtwirtschaft über Jahre deutlich schlechter entwickelte und in der Pandemie sogar mit minus 24,2 Prozent einen herben Einbruch hinnehmen musste. Doch es zeigen sich erste Erholungstendenzen: Das spiegeln die aktuellen Markterhebungen von Marketmedia24 ebenso wie die ersten Umsatzmeldungen der PBS-Markenindustrie. Ein Trend, der sich auch in einem für die Studie exklusiv durchgeführten repräsentativen Online-Research unter Konsument*innen bekräftigt. Danach geben 50,6 Prozent der deutschlandweit Befragten an, Papier „gelegentlich“ und noch einmal 15,4 Prozent „häufig“ zu kaufen. Büro- und Schulbedarf steht bei 19 Prozent der Konsument*innen „häufig“ auf dem Einkaufszettel und Schreibwaren bei einem Viertel.

Die Deutschen kaufen PBS-Produkte überwiegend für private Zwecke



Quelle: Online-Research unter deutschen Konsument*innen (03.02.2023 bis 05.02.2023; Basis: n = 500)

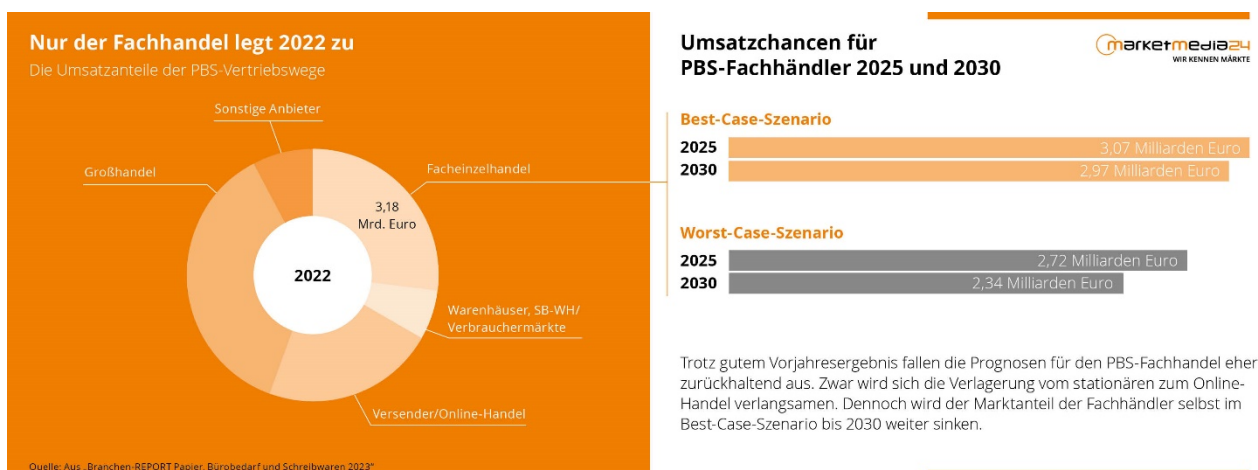


[» High-res Download Pressegrafik „PBS-Anschaffungskompass 2023“ \[JPG\]](#)

Als das wichtigste Kaufkriterium bei PBS-Produkten wird die Nachhaltigkeit benannt. Weitere strategische Hinweise liefern die Forschungsergebnisse auf die Fragen nach den jeweils bekanntesten Marken, nach der Provenienz der Produkte, dem Verkaufspreis und der Verfügbarkeit der Ware.

Unter den Vertriebswegen ist aus Sicht der PBS-Markenindustrie der stationäre Fachhandel unverzichtbar. Denn zum einen wird hier nicht nur nach Bedarf gekauft, auch können sich die Marken hier mit besonderer Präsenz auszeichnen. Und auch durch die Brille der deutschen Konsument*innen geguckt, spielt der Fachhandel die Hauptrolle, das zeigen die aktuellen Forschungsergebnisse: Sowohl bei Papier (50,5 Prozent der Nennungen), Büro- und Schulbedarf (62,4 Prozent) sowie Schreibwaren (60,8 Prozent) als auch bei fast allen 18 befragten Zielgruppen. Bezogen auf die Marktbedeutung hat dieses Handelsformat zwar seit 2012 4,3 Prozentpunkte seiner Marktanteile verloren, aber zuletzt (2022 gegenüber 2021) konnten die PBS-Spezialisten ein Umsatzplus um 2,1 Prozent erzielen. Damit ist der Fachhandel im Wettbewerb das einzige Handelsformat, das im vergangenen Jahr ein positives Geschäftsjahr bilanzieren konnte.

Für die längerfristige Zukunft bewertet Marketmedia24 die Entwicklung der PBS-Fachgeschäfte dennoch zurückhaltend. Denn selbst im Best-Case-Szenario wird der Marktanteil bis 2030 sinken. Mit rund 3 Milliarden Euro fällt der Umsatz dann um knapp 30 Prozent geringer aus als im bisher besten Jahr 2019.



[» High-res Download Pressegrafik „PBS-Vertrieb bis zum Jahr 2030“ \[JPG\]](#)

Neue Zeiten deuten sich über die Verbraucher*innen-Befragung für die Kommunikationswege bzw. Werbemaßnahmen der Branche an. So halten 58,2 der Befragungsteilnehmer*innen Printprospekte für sehr wichtig bzw. wichtig, während Social Media-Kanäle für eine große Mehrheit eher unter ferner liefen rangieren. Auch für die Youngster (bis 24 Jahre) sind Werbeprospekte wichtige Informationsquellen, aber immerhin bewerten 46,8 Prozent dieser Zielgruppe beispielsweise TikTok als sehr wichtiges bzw. wichtiges Infotool. Aber noch wichtiger sind für sie die Erfahrungen bzw. Empfehlungen von Freunden, Familie, Kolleg*innen und Kommiliton*innen.

Der neue „Branchen-REPORT Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2023“ liefert exklusive Ergebnisse einer repräsentativen Konsument*innen-Forschung in Deutschland zu den Themen Kaufhäufigkeit, Kaufkriterien, Markenbekanntheit und Shopping-Kanalwahl sowie eine fundierte Zukunftsforschung bis zum Jahr 2030. Die Studie umfasst 78 Seiten mit 46 Charts und ist zum Preis von 1.050,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter <https://www.marketmedia24.de/shop/buerowirtschaft.php>.

4.529 Zeichen inkl. Leerzeichen | 590 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
presse@marketmedia24.de

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

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkennntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforchung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.