

Ambiente / Messe Frankfurt

GPK-Umsätze im Möbelhandel stabil

Dienstag, 04.02.2014

Während sich die GPK/Haushaltswarenbranche auf ihre Leitmesse Ambiente 2014 in Frankfurt (7. bis 11. Februar) vorbereitet, legt Marketmedia24, Köln, die ersten Ergebnisse für das Branchenjahr 2013 vor. Danach weisen die Hochrechnungen insgesamt für 2013 mit rund 8,2 Mrd. Euro zu Endverbraucherpreisen ein erneut gesunkenes Marktvolumen für GPK/Haushaltswaren aus, und der Vertriebsprimus Fachhandel gab ein weiteres Mal Anteile ab. Nur Versender und Sonstige konnten 2013 den Bon pro Kopf erhöhen, während es dem Möbelhandel gelang die Ausgabefreudigkeit seiner Kunden etwa auf Vorjahresniveau zu stabilisieren.

Alle drei Teilmärkte der Branche – Tavola, Domus und Cucina – mussten nach den vorläufigen Daten von Marketmedia24 in 2013 rückläufige Marktvolumina verkraften. Dabei leidet der gedeckte Tisch (-1,1%) stärker als zum Beispiel die Warenwelt rund ums Kochen. Thomas Grothkopp, Geschäftsführer des Bundesverbands für den Gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V., Köln, beobachtet in der verbandsinternen Erhebung, dass sich im Fachhandel der Bereich „Cookshop zum dominierenden Segment entwickelt, während Tischausstattung inzwischen auf gleichem Niveau wie Wohnaccessoires liegt“. Allerdings kennen Tavola und Domus auch Gewinner und messbares Wachstum. So freut sich der Geschäftsbereich Tischkultur von Villeroy & Boch über ein „sehr gutes Wachstum bei Tavola und Domus“, und zwar „in allen Vertriebskanälen“, wie Tischkultur-Vertriebschef Jens-Peter Schlingmann betont.

Im reinen Online-Geschäft hingegen ziehe der Umsatz deutlich an, wie es heißt. Umso stärker ist der stationäre Handel – vor allem der Marktführer Fachhandel – gefordert, Kompetenz und Profil über Beratungskompetenz und Sortimente erlebbar zu machen und eine attraktive Warenpräsentation „rüber zu bringen“, unterstreicht Christoph Bulushek, Branchenexperte der BBE Handelsberatung, München. Fachgeschäfte müssen sich immer mehr zu Lifestyle-Stores mit Fachkompetenz entwickeln: „Nur so können Fachgeschäfte gegenüber anderen Vertriebskanälen nachhaltig bestehen und Marktanteile halten und zurückgewinnen.“

GPK-Umsätze im Möbelhandel stabil