

Ambiente / Messe Frankfurt

Management Report zur Bedeutung von Zusatzsortimenten

Mittwoch, 04.12.2013



Foto: Messe Frankfurt

Uhren und Schmuck im Glas- und Porzellanhandel, Pfannen, Töpfe und Geschirr im Möbelgeschäft, Tee und Schokolade im Buchladen – Zusatzsortimente entwickeln sich immer mehr zum A und O der modernen Sortimentsgestaltung im stationären Einzelhandel. Aus diesem Grund widmet die Messe Frankfurt den kommenden Management Report dem Thema „Attraktive Extras – Erfolgreich durch Zusatzsortimente“.

Veröffentlicht wird die Studie pünktlich zur internationalen Konsumgütermesse Ambiente (7. bis 11. Februar 2014). Sie zeigt nicht nur, wie sich zusätzliche Sortimente im Bereich Home & Interior innerhalb der letzten Dekade entwickelt haben, sondern gibt auch Tipps und Anregungen für mögliche Ergänzungsprodukte. Händler ebenso wie Hersteller finden hier Antworten auf Fragen wie: Wo informieren sich Fachhändler über passende Zusatzsortimente? Wie entwickelt sich der Gesamtumsatz durch ergänzende Produktesegmente? Und nicht zuletzt: Verändert sich die Kundenstruktur durch das neue Angebot?

Der Management Report stützt sich dabei auf Kennzahlen zur Marktentwicklung, eine Fachhändlerbefragung des Instituts für Handelsforschung IFH aus Köln sowie vertiefende Interviews mit ausgewählten Fachhändlern aus ganz Deutschland, die seit Jahren erfolgreich Zusatzsortimente in ihrem

Geschäft einsetzen. Besonderer Fokus der Studie liegt auf dem Glas-, Porzellan- und Keramik- sowie dem Möbelhandel.

Der Management Report ist Teil einer Serie informativer Studien zu handelsnahen Themen, die die Messe Frankfurt zu den Konsumgütermessen Ambiente und Tendence herausgibt. Zuletzt sind in dieser Reihe die Management Reports „Deutschland deckt den Tisch – eine Studie zu Essverhalten und Tischkultur“ sowie „Erfolgsfaktor Schaufenster – eine Studie zur Bedeutung der Schaufenstergestaltung im Handel“ erschienen.

Management Report zur Bedeutung von Zusatzsortimenten