

GPK Handelsverband Koch- und Tischkultur

Cucina bleibt Wachstumstreiber der GPK-Branche

Freitag, 07.02.2020

Mit 6,19 Mrd. Euro Bruttoumsatz hält sich der Gesamtmarkt GPK/Hausrat auch 2019 auf hohem Niveau und stellt den umsatzstärksten Bereich in den relevanten Ambiente-Marktsegmenten dar. Zu seiner Jahrespressekonferenz hatte der Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) im Rahmen der Konsumgütermesse Ambiente heute eingeladen.

Der Gesamtmarkt der Elektro-Kleingeräte, von dem jedoch nur ein Teil der Küchen- und Haushaltsbranche zugerechnet wird, erfährt mit einem Umsatzplus von 7,6% und einem Marktvolumen über 5 Mrd. Euro das stärkste Wachstum innerhalb der Ambiente-Märkte. Die Schere zwischen den einzelnen Teilmarktentwicklungen im GPK-Segment geht allerdings stark auseinander: Das Wachstum erstreckt sich von minus 23,3% im Tonwaren- bis hin zu plus 28% im Schneidwarenssegment.

Am besten schnitt in der Marktbeobachtung des IFH Köln der Bereich „Cucina“ mit einem Umsatzplus von 7,2% und einem Marktvolumen von 2,82 Mrd. Euro ab und ist somit „das“ Wachstumsfeld. Hierzu zählen Küchenausstattung, Koch-, Brat- und Backgeschirr. „Tavola“ - Tafelgeschirr, Besteck und Gläser - folgt mit einem moderaten Wachstum von 0,5%, was einem Volumen von 1,51 Mrd. Euro entspricht. Lediglich die Nachfrage im Bereich „Domus“ fiel 2019 mit minus 8,1% schwächer aus. Hierzu zählen Wohnaccessoires, Dekoration und Geschenkartikel.

Die positive Grundstimmung der GPK-/Hausratbranche korrespondiert mit der Umsatzentwicklung der Fachgeschäfte. Hier konnte im Zeitraum Januar bis Oktober 2019 ein Zuwachs über 1,6% verzeichnet werden. Das beratungs- und personalintensive Sujet der Fachgeschäfte bedingt ein höheres Preisniveau, das in der günstigen Konsumstimmung durchaus wertgeschätzt wird.

Handelsverbands-Geschäftsführer Thomas Grothkopp: „Der Fachhandel muss über den eigenen Tellerrand hinausschauen und das klassische GPK-Sortiment aufbrechen, um dem Stammkunden komplementäre Themenwelten aufzuzeigen. Hochwertige Lederwaren, Schmuck, Textilien, Schreibgeräte und nützliche Designprodukte für das (Home-)Office bieten sich sehr gut an und lassen sich im Geschäft hervorragend bespielen.“

Vertriebsformen überlagern sich immer stärker

Das Handelsformat der Fachgeschäfte steht für 35% des Branchenumsatzes, der Möbelhandel für 14%, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte für 11%, Lebensmittelhandel und Discounter für 9 Prozent.

Den Umsatzanteil von Internet-Pure-Playern wird mit 13% angegeben. Immerhin noch 9% machen die Kauf- und Warenhäuser aus. Welche Bedeutung sie im kommenden Jahrzehnt haben werden und wem möglicherweise Teile ihrer Umsätze zufließen werden, ist ungewiss.

Ausblick auf 2020

Der Handelsverband Deutschland erwartet eine Steigerung des Einzelhandelsumsatzes von 2,5% im Vergleich zum Vorjahr auf rund 557 Mrd. Euro. Insofern ist damit zu rechnen, dass auch der Handel mit GPK und Hausrat einen positiven Verlauf nimmt. Besonders gut sind die Erwartungen bei den Unternehmen, die sowohl im stationären Handel als auch im Online-Bereich aktiv sind.

Messe Ambiente sendet starke Signale

Die internationale Konsumgütermesse Ambiente bietet stets vielfältige Neuheiten und stellt attraktive Sonderschauen zusammen. Hervorzuheben sind der „German Design Award“ und die zweite Ausgabe des „Dineus – Der große Preis der Tischkultur“, durchgeführt von Callwey-Verlag, der Fachzeitschrift P & G, der Messe Frankfurt und dem Handelsverband Koch- und Tischkultur mit einer exklusiven Preisverleihung am Freitag, 7. Februar 2020.

Cucina bleibt Wachstumstreiber der GPK-Branche

Links

- [GPK Handelsverband Koch- und Tischkultur](#)