

# **Marketmedia24**

## **Branchenverbände bündeln ihre Kräfte**

Montag, 24.01.2022

Der Grußkartenverband AVG, der Europäische Verband Lifestyle, Hobby-Kreativ und der Verband der PBS Markenindustrie bündeln seit Jahresbeginn 2022 ihre Synergien. Schon der branchenübergreifende Erfahrungsaustausch zeitigt Nutzen für alle Mitglieder. Konkret verabredet die Branchenverbandsinitiative Themen, Veranstaltungen und Projekte gemeinsam anzupacken.

Und das Projekt der ersten gemeinsamen Stunde ist eine Befragung unter Konsumenten, mit welcher das Forschungsinstitut Marketmedia24, Köln, beauftragt wurde. „Die Ergebnisse liefern unseren Mitgliedern mehr Informationen über den wahren Kunden“, so Volker Jungeblut, Geschäftsführer des Verbands der PBS Markenindustrie.

Es sind der gesellschaftliche und technologische Wandel des 21. Jahrhunderts, der alle Verbände und deren Mitglieder vor immense Herausforderungen stellt. Schlagworte wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Customer Journey, NewWork, Work-Life-Balance, Dekarbonisierung, Energiewende, Umweltverschmutzung, Fachkräftemangel markieren die Fragen, für die alle Verbände Antworten und Lösungen suchen. Dazu schieben sich pandemiebedingte Themen wie explodierende Kosten durch Materialknappheit, weltweite Logistikprobleme und lückenhafte Lieferketten in den Vordergrund. Und das erneute Aus aller Branchenleitmessen in Frankfurt verschärft die Situation auf der Vertriebsseite. In diesem schwierigen Spannungsfeld die richtigen Weichen zu stellen, bestimmt den Erfolg eines Unternehmens in Gegenwart und Zukunft. „Problematiken, die uns und unsere Mitglieder gleichermaßen betreffen“, unterstreicht Mathias Janssen, erster Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten, „auch wenn die Vertriebsformen und Erfahrungen unserer vier Verbände durchaus unterschiedlich sind, werden die Lösungsansätze für alle ähnlich sein.“ Schließlich treibe die Frage, wie bekomme ich meine Message zum Verbraucher, alle in den Verbänden vertretenen Produktbereiche permanent an.

Durchaus Überraschungen und konkrete Hinweise auf die strategische Ausrichtung für die Mitglieder der Branchenverbandsinitiative hält die repräsentative Konsument\*innen-Befragung durch Marketmedia24 bereit. So bestätigt die Frage nach der bevorzugten Shoppingquelle die Wettbewerbsstärke des Online-Handels. „Die Befragung unterstreicht gleichzeitig, dass stationäre Anbieter, insbesondere der Fachhandel selbst für die Youngsters zwischen 15 und 19 Jahren eine wichtige Rolle als Einkaufsquelle spielt“, so Heike Tscherwinka, Geschäftsführerin des Europäischen Verbands Lifestyle. Dabei spielt für alle Altersgruppen der stationäre Handel in Wohnortnähe die wichtigste Rolle, wenn es um Einkäufe außerhalb des täglichen Bedarfs geht, also zum Beispiel um Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Bastelsachen, Geschenkartikel und ähnliches.

**Branchenverbände bündeln ihre Kräfte**

