



# Info Wohnen und Büro

IWB Nr.19 | 19.05.2025

Informationen der Handelsverbände Wohnen und Büro (HWB) ♦ Büro und Schreibkultur (HBS) ♦ Koch- und Tischkultur e.V. (GPK) ♦ Möbel und Küchen (BVDM)

## Inhalt

---

**HWB: Onlinehandel wächst wieder deutlich – HDE setzt Umsatzprognose nach oben**

**HWB: IW-Konjunkturprognose 2025: Deutschland bleibt in der Rezession**

**HWB: Digitale Touchpoints und Produktinformationen beeinflussen stationäre Kaufentscheidungen**

**GPK/HBS: Genussmeile auf der Nordstil Sommer 2025**

**BVDM: Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM): Ein starkes Signal der Zusammenarbeit**

**HBS: duo schreib & spiel / idee+spiel: Größte europäische Spielwarenskooperation geplant**

## HWB

---

**Onlinehandel wächst wieder deutlich – HDE setzt Umsatzprognose nach oben**

Der Handelsverband Deutschland (HDE) erhöht seine Prognose für den Onlinehandel für 2025 und geht nun von einem Plus von vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr aus. Der HDE-Online-Monitor 2025 identifiziert dabei insbesondere die Bereiche Lebensmittel und Drogeriewaren als Wachstumstreiber im Internet. Insgesamt wächst die Bedeutung von Online-Marktplätzen weiter. Davon profitieren auch Anbieter wie Temu. Der Handelsverband verstärkt deshalb seine Forderungen an die Politik nach einem fairen Wettbewerb mit Plattformen und Händlern aus Nicht-EU-Ländern.

„Der Onlinehandel ist nach einigen schwächeren Jahren wieder die klare Wachstums-Lokomotive des Einzelhandels in Deutschland. Trotz der insgesamt nicht zufriedenstellenden Konsumstimmung gelingt es den Onlinehändlern deutlich bessere Umsätze zu erzielen als im Vorjahr“, so der stellvertretende HDE-Hauptgeschäftsführer Stephan Tromp. Angesichts der guten Zahlen aus dem Onlinehandel setzt der HDE seine Umsatzprognose

---

für 2025 für diesen Bereich auf plus vier Prozent im Vergleich zu 2024 nach oben, das entspricht einem Umsatz von 92,4 Milliarden Euro. Betrachtet man die einzelnen Branchen im Onlinehandel, so fallen in den vergangenen Jahren vor allem die Bereiche Lebensmittel und Drogeriewaren positiv auf. Hier wuchsen die Onlineanteile über die letzten drei Jahre um mehr als acht bzw. mehr als neun Prozent.

Der HDE-Online-Monitor zeigt auch: Die Bedeutung der Online-Marktplätze wächst immer weiter. Insgesamt steht dieses Format mittlerweile für 57 Prozent des Online-Umsatzes in Deutschland. Viele Kundinnen und Kunden bestellen dabei unbewusst Waren im Ausland. Die Umsätze ausländischer Onlineanbieter liegen dementsprechend bei rund 8,9 Milliarden Euro im Jahr 2024, das entspricht einem Anteil von zehn Prozent des Onlinevolumens. Nach Schätzungen entfallen dabei alleine zwischen 2,7 und 3,3 Milliarden auf Temu und Shein. „Die hohen Zahlen und die große Dynamik machen deutlich, dass es höchste Zeit ist, dass die Politik für faire Wettbewerbsbedingungen mit den Anbietern aus Fernost sorgt. Konkurrenz belebt das Geschäft, aber es muss Schluss sein mit Wild-West: Wer hierzulande Waren anbietet, muss sich an alle unsere Regeln halten. Die aktuellen Zustände gefährden heimische Handelsunternehmen und die Sicherheit der Verbraucher“, so Tromp weiter. Hier erwarte die Branche klare und deutliche Maßnahmen von der neuen Bundesregierung sowie der EU-Kommission.

## HWB

---

### **IW-Konjunkturprognose 2025: Deutschland bleibt in der Rezession**

Die deutsche Wirtschaft schrumpft in diesem Jahr um 0,2 Prozent, sagt die neue Konjunkturprognose des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) voraus. Weltweite Unsicherheit setzt die Unternehmen unter Druck. Die Arbeitslosenzahlen steigen: Bis zum Sommer dürfte es rund drei Millionen Arbeitslose geben.

Alle großen Volkswirtschaften der Welt wachsen – nur die deutsche Wirtschaft schrumpft in diesem Jahr um 0,2 Prozent. Das ist das Ergebnis der neuen IW-Konjunkturprognose. Demnach wächst der Euroraum in diesem Jahr um 0,8 Prozent, die USA schaffen 1,3 Prozent und China sogar vier Prozent Wachstum – und das trotz des Zollkriegs, den die US-

---

Regierung ausgerufen hat. Deutschland leidet ganz besonders unter den Folgen, aber auch unter weltweiten Unsicherheiten und anhaltend niedrigen Investitionen. Hinzu kommen Sorgen aus dem eigenen Land: Nach wie vor sind die Standortkosten hoch, bei größeren Anschaffungen bleiben viele Deutsche vorsichtig. Das Land bleibt in der Rezession.

Die Ergebnisse im Detail:

Die US-Handelspolitik ist das größte Risiko für die Weltwirtschaft in diesem Jahr. Nach IW-Berechnungen würde die globale Wirtschaftskraft ohne die US-Zollpolitik in diesem Jahr um bis zu 0,8 Prozent höher ausfallen.

Die internationale Verunsicherung hält viele Unternehmer davon ab, zu investieren. Vor allem größere Anschaffungen wie neue Maschinen und Fahrzeuge nehmen ab.

Besonders düster ist die Lage in der Industrie und im Baugewerbe. Industriefirmen werden nach dem Rückgang von drei Prozent 2024 auch in diesem Jahr weniger Wertschöpfung erreichen als noch im Vorjahr – hohe Energiepreise, steigende Löhne und viele Regulierungen belasten. Bauunternehmen müssen nach Einbußen von 3,7 Prozent 2024 auch 2025 weitere Einschränkungen hinnehmen: Auch hier bremsen hohe Baukosten aufgrund von Regulierungen die Konjunktur.

Die schlechte Entwicklung ist inzwischen auch auf dem Arbeitsmarkt angekommen: Seit Mitte 2024 schrumpft die Zahl der Erwerbstätigen. Im Sommer dürfte es bundesweit wieder drei Millionen Arbeitslose geben – das gab es zuletzt 2010. „Die deutsche Wirtschaft steht unter enormem Druck“, sagt IW-Konjunkturchef Michael Grömling. „Die neue Regierung hat es jetzt in der Hand. Eine Trendwende ist möglich und überfällig.“ Das Infrastrukturondervermögen könnte die Konjunktur ankurbeln – wenn es denn mit schnellen Planungsverfahren abgerufen wird. Zudem leiden die Unternehmen unter unnötig viel Bürokratie und hohen Steuern. Die neue Koalition hat Entlastungen angekündigt – je schneller sie kommen, desto besser.

## HWB

---

## Digitale Touchpoints und Produktinformationen beeinflussen stationäre Kaufentscheidungen

Neue Studie von ECC KÖLN und 1WorldSync zeigt: Nicht nur digitalen auch stationären Käufen geht oft Onlinerecherche voraus. Instagram branchenübergreifend gefragtester Social-Media-Kanal vor einem Kauf. Smartphone als wichtige Brücke zwischen online und stationär für zusätzliche Produktdaten, Preisvergleiche und Zugriff auf Kundenbindungsprogramme.

Ob im Onlineshop oder im Geschäft – Verbraucher:innen treffen ihre Kaufentscheidungen zunehmend auf Basis umfassender Informationen. Doch wie erreichen Händler ihre Zielgruppe und welche Rolle spielen digitale und stationäre Touchpoints bei einer Kaufentscheidung? Das untersucht die aktuelle Studie „Click & Buy vs. Brick & Buy – Die Bedeutung von Online-Informationen für Kaufentscheidungen und -erlebnisse“ von ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit 1WorldSync, für die mehr als 1.000 Konsument:innen befragt wurden. Die Ergebnisse zeigen: Während Amazon vor einem Onlinekauf die wichtigste Inspirationsquelle bleibt (CE: 59 %, Sport & Freizeit: 54 %, Lebensmittel: 44 %, Beauty & Kosmetik: 40 %), ist wenig überraschend die Präsentation auf der Fläche ein zentraler Faktor beim Einkauf vor Ort (Lebensmittel: 46 %, Beauty & Kosmetik: 43 %, Sport & Freizeit: 40 %, CE: 34 %). Allerdings beginnt die Customer Journey auch vor dem stationären Kauf häufig online: So stoßen beispielsweise 44 Prozent der Konsument:innen zuvor über Suchmaschinen auf Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics. In der Beauty- und Kosmetikbranche wurden 36 Prozent der Käufer:innen durch Werbung auf Social Media auf Produkte aufmerksam, bevor sie diese vor Ort erworben haben.

„Die Ergebnisse zeigen klar: Online-Touchpoints gewinnen auch vor dem stationären Kauf an Relevanz. Eine enge Verknüpfung aller Vertriebskanäle ist unerlässlich, um den Kund:innen ein stimmiges Einkaufserlebnis zu bieten. Händler, die Online-Informationen und -Aktivitäten gezielt einsetzen, können Kund:innen am Point of Sale besser abholen und für ihre Marke begeistern,“ so Cassandra Bolz, Senior Projektmanagerin am ECC KÖLN.

Social Media: Wichtige Anlaufstelle vor dem Kauf

Insgesamt sind Social-Media-Kanäle sowohl vor dem digitalen als auch vor dem stationären Kauf mittlerweile eine wichtige Inspirationsquelle mit großem Potenzial. 46 Prozent der Konsument:innen folgen auf Social Media Influencer:innen, die unter anderem regelmäßig Produkte bewerben. Bei den Unter-30-jährigen sind es sogar 76 Prozent. Gefragteste Plattform zur Inspiration vor einem Kauf — sowohl online als auch stationär — ist über alle Branchen hinweg mit deutlichem Abstand Instagram. TikTok ist vor allem im Bereich Beauty & Kosmetik relevant: Gut ein Drittel der Konsument:innen ist hierüber bereits auf Produkte aufmerksam geworden, die sie anschließend online (33 %) oder stationär (34 %) gekauft haben.

Smartphone als Brücke zwischen online und stationär

Das Smartphone ist längst ein unverzichtbarer Einkaufsbegleiter: Branchenübergreifend nutzen Kund:innen es vor Ort für Preisvergleiche (CE: 68 %, Sport & Freizeit: 61 %, Beauty & Kosmetik: 43 %, Lebensmittel: 33 %) und den Zugriff auf Kundenprogramme (CE/Beauty & Kosmetik: 57 %, Lebensmittel: 56 %, Sport & Freizeit: 53 %). Gleichzeitig steigt der Bedarf an Online-Produktinformationen auch beim stationären Kauf — besonders, wenn die Informationen auf den Verpackungen nicht ausreichen (CE: 59 %, Sport & Freizeit: 39 %, Beauty & Kosmetik: 30 %, Lebensmittel: 12 %) oder Personal auf der Fläche fehlt (CE: 45 %, Sport & Freizeit: 39 %, Beauty & Kosmetik: 31 %, Lebensmittel: 15 %). Zudem senken ansprechende Onlineinformationen bei durchschnittlich einem Viertel (24 %) die Preissensitivität. „Viele Unternehmen erkennen die Bedeutung digitaler Touchpoints im stationären Handel, schöpfen ihr Potenzial jedoch nicht aus. Dabei bietet gerade der Dauerbegleiter Smartphone die Möglichkeit, Online- und Offline-Erlebnisse clever zu verknüpfen. Entscheidend ist dabei, dass digitale Inhalte nicht nur dem hohen Informationsbedarf der Kundschaft gerecht werden, sondern auch interaktiv und inspirierend gestaltet sind,“ kommentiert Stephan Bieringa, Geschäftsführer der 1WorldSync GmbH, die Studie.

## GPK/HBS

---

### Genussmeile auf der Nordstil Sommer 2025

Willkommen auf der neuen Genussmeile der Nordstil: Vom 26. bis 28. Juli 2025 verwandeln sich die Obergeschosse der Hallen B1 und B2 in Hamburg in eine Flanierstrecke voller Geschmackserlebnisse. Alle Aussteller aus dem

---

Bereich Küche & Genuss sind übersichtlich und kompakt auf einer Ebene vereint. Hier wird das Ordern zum Erlebnis: Fachbesucher\*innen flanieren entlang feinsten Delikatessen, aromatischer Teekreationen, edler Schokoladen, kreativer Spirituosen und feiner Lifestyle-Produkte. Jeder Schritt auf dieser Genussmeile verspricht neue Impulse für trendstarke Sortimente – und bietet zugleich Inspiration für stilvolles Schenken mit emotionaler Strahlkraft.

Die neue Positionierung der Produktgruppe Küche & Genuss in den Hallen B1.OG und B2.OG als kompakte Genussmeile ermöglicht kurze Wege und eine gut strukturierte Entdeckungsreise durch eine bunte Welt der Köstlichkeiten. Wer passend dazu sein Angebot rund um Geschenke und Papeterie erweitern möchte, sollte auch einen Abstecher in die benachbarte Halle A1 einplanen – dort warten kreative Impulse und stilvolle Ideen auf Entdeckung.

Ein echtes Highlight für Besucher\*innen bleibt das nun neu in Halle B1.OG platzierte Areal der Buddelhelden. Hier zu entdecken: exklusive Geschenkideen im Flaschenformat – von erfrischenden Spirituosen über fruchtige Mocktails bis zu alkoholfreien Limonaden und Brause-Spezialitäten.

**Tickets:** Fachhändler können sich ihr Ticket beim Handelsverband Wohnen und Büro sichern. Kontaktieren Sie hierzu gerne Fau Schnabel (0221/940 83-23; [kathrin.schnabel@hwb.online](mailto:kathrin.schnabel@hwb.online)).

## BVDM

---

### **Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM): Ein starkes Signal der Zusammenarbeit**

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) blickt auf einen erfolgreichen und erkenntnisreichen Austausch im Rahmen seines aktuellen Arbeitskreises zurück. Vertreterinnen und Vertreter aus Handel, Industrie und Messewirtschaft trafen sich zu einem intensiven Dialog über die aktuellen Herausforderungen und Zukunftsthemen der Möbelbranche.

Im Mittelpunkt der Gespräche standen die weiterhin angespannte Lage auf dem Wohnungsmarkt und ihre unmittelbaren Auswirkungen auf den Möbelhandel. Klar wurde: Die Entwicklungen im Immobilienbereich stellen

nicht nur Konsumenten, sondern auch Hersteller und Händler vor weitreichende strukturelle Aufgaben.

Ein weiterer zentraler Diskussionspunkt war das nationale sowie europäische Lieferkettengesetz. Besonderes Augenmerk galt dabei der entwaldungsfreien Lieferkette – ein Thema, das angesichts wachsender Nachhaltigkeitsanforderungen zunehmend an Bedeutung gewinnt. Auch das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz wurde eingehend besprochen. Der Dialog zeigte, wie wichtig frühzeitige gesetzgeberische Informationen für die Branche sind, um den Anforderungen nachzukommen und diese dann effizient umzusetzen.

Jean Lucas Dürand, Leiter des BVDM, betont: „Der Arbeitskreis des BVDM hat einmal mehr gezeigt, dass er eine unverzichtbare Informationsplattform und Impulsgeber für die gesamte Branche ist. Die Vielfalt der besprochenen Themen – von Nachhaltigkeit und Regulatorik bis hin zu Markttrends und Digitalisierung – zeigt deutlich, dass viele Herausforderungen nur im Schulterschluss zwischen Handel und Industrie bewältigt werden können. Genau hier setzt der Arbeitskreis an und schafft den notwendigen Raum für konstruktive Zusammenarbeit und gemeinsames Vorgehen.“

Neben regulatorischen Themen stand auch die Zukunft der Möbelmessen in Köln und im cologne im Fokus. Die Branchenvertreter zeigten sich zuversichtlich und freuen sich auf beide Veranstaltungen. Der BVDM unterstützt die Koelnmesse in der Umsetzung und ruft seine Mitglieder ausdrücklich dazu auf, durch ihre Teilnahme ein starkes Zeichen zu setzen. Nur mit ausreichend präsenten Handelspartnern können die Messen ihre zentrale Rolle als Branchentreffpunkt und Impulsgeber erfolgreich ausfüllen.

Abgerundet wurde das Programm durch fundierte Einblicke in aktuelle Markttrends sowie Entwicklungen im stationären und digitalen Möbelhandel. Das IFH Köln präsentierte einen Ausblick auf die Markt- und Branchenlage der kommenden Jahre und verdeutlichte, mit welchen strukturellen und konjunkturellen Herausforderungen der Möbelhandel künftig konfrontiert sein wird. Trotz dieser anspruchsvollen Rahmenbedingungen wurden zahlreiche Lösungsansätze und Entwicklungsperspektiven aufgezeigt. Besonders betont wurden die Bedeutung klarer Positionierungen, einer stärkeren Kundenorientierung, digitaler Kompetenz und nachhaltiger Geschäftsmodelle. Möbelhändler, die bereit sind, sich aktiv mit diesen Themen auseinanderzusetzen, können gestärkt aus dem Wandel hervorgehen und neue Chancen erschließen.

Christian Haeser, Geschäftsführer BVDM: „Die Möbelbranche steht zweifellos vor großen Herausforderungen – vom schwächelnden Konsum über regulatorische Anforderungen bis hin zum digitalen Wandel. Jetzt ist die Zeit, diese Themen aktiv anzugehen. Gleichzeitig ist auch die Politik gefordert, verlässliche und zukunftsorientierte Rahmenbedingungen zu schaffen, um die Unternehmen der Branche in ihrem Wirken zu unterstützen. Der BVDM wird diesen Prozess aktiv mitgestalten und sucht hierzu den Dialog mit politischen Entscheidungsträgern.“

## HBS

---

### **duo schreib & spiel / idee+spiel: Größte europäische Spielwarenkoooperation geplant**

Die Verbundgruppen duo schreib & spiel und idee+spiel wollen ihre Kräfte bündeln. Mit dem Zusammenschluss entsteht die größte europäische Kooperation für Spielwaren, Schreibwaren, Kreativbedarf und Modellbau – mit mehr als 1.000 Anschlusshäusern.

Die idee+spiel Fördergemeinschaft Spielwaren GmbH & Co.KG und die duo schreib & spiel GmbH & Co.KG haben einen strategischen Zusammenschluss angekündigt. Das operative Geschäft der idee+spiel Betriebs-GmbH samt aller Marken soll in die duo schreib & spiel GmbH & Co.KG integriert werden. In einem zweiten Schritt werden die idee+spiel-Gesellschafter in die duo-Struktur aufgenommen, wodurch eine europaweit einzigartige Kooperation mit rund 700 Gesellschaftern und über 1.000 Anschlusshäusern entsteht.

„Wer den Mut hat, den ersten Schritt zu gehen, schreibt seine eigene Geschichte und gestaltet die Zukunft“ – unter diesem Leitsatz wollen beide Partner ihre Kompetenzen zusammenführen. Ziel ist eine starke Allianz, die den angeschlossenen Handel mit erweitertem Know-how, neuen Absatzkanälen und digitaler Schlagkraft unterstützt.

„Um für unsere Anschlusshäuser die Zukunft bestmöglich zu gestalten, haben wir vertrauensvolle und intensive Gespräche mit duo geführt“, erklärt Andreas Schäfer, Geschäftsführer der idee+spiel Fördergemeinschaft Spielwaren GmbH & Co.KG. „Schnell wurde klar: Neben der

Spielwarenkompetenz beider Verbände verfügt idee+spiel über ausgewiesene Kompetenz in den Bereichen Modellbau, Modelleisenbahn insbesondere mit der Marke EUROTRAIN sowie Trading Cards und duo in den Bereichen PBS (Schule, Büro, Schreibwaren), Kreativ- und Bastelartikel sowie Schultaschen. Zukünftig können die Händler vom gebündelten Know-how beider Unternehmen sowie von erweiterten Kompetenzen im Bereich Digitalisierung, zusätzlichen Absatzkanälen und einem deutlich ausgebauten Omnichannel-Marketing profitieren. Kurz gesagt: das Beste aus beiden Welten.“

Thorsten Paedelt, Geschäftsführer Vertrieb & Marketing der duo schreib & spiel GmbH & Co.KG, betont: „Von diesem Zusammenschluss profitieren nicht nur die Gesellschafter beider Kooperationen – es ist auch ein starkes Signal an die gesamte Branche. Unser Ziel ist es, eine moderne, leistungsfähige und verbindliche Kooperation zu etablieren, die dem angeschlossenen Handel zusätzliche – auch monetäre – Perspektiven eröffnet. Im Mittelpunkt stehen unsere Gesellschafter: Ihre Interessen und Stimmen werden durch die neuen Optionen künftig deutlich mehr Gehör in der Branche finden.“

Künftig werden Thorsten Paedelt und Andreas Schäfer die neue Verbundgruppe gemeinsam als gleichberechtigte Geschäftsführer führen.

## Impressum

---

### **Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB)**

Frangenheimstr.6, 50931Köln, Tel. 0221-940 83-30

hwb@hwb.online, [www.hwb.online](http://www.hwb.online)

Vorstand: Michael Ruhnau (Vorsitzender), Michael Berz, Stefan Storch, Markus Meyer. Geschäftsführer: Christian Haeser, Amtsgericht Köln VR 7432 – Mitglied im Handelsverband Deutschland - HDE

### **Redaktion:**

Christian Haeser (verantwortlich) und Jean Lucas Dürand.

Sollten Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten, geben Sie bitte Bescheid.