HWB Handelsverband Wohnen und Büro

Info Wohnen und Büro

IWB Nr.44 | 16.12.2024

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

Inhalt

HWB: IFH: Onlinehandel 2024: Rückkehr auf vorpandemischen Wachstumskurs

HWB: Konjunktur: Vier von zehn Unternehmen wollen 2025 Stellen abbauen

HWB: Weihnachtsgeschäft schwächelt weiter

HBS: Mit dem HBS zur Spielwarenmesse 2025

GPK/HBS: EK Retail: Jubiläumsjahr 2025 steht im Zeichen von „People, Connection & Motion“

GPK: Nordstil Winter 2025: Tickets& Infos

BVDM: imm cologne und interior design days cologne bilden das neue Messe-Duo der Koelnmesse

HBS: Büroring eG: Branchenerfahrene Verstärkung für Einkauf und Vertrieb

HWB

IFH: Onlinehandel 2024: Rückkehr auf vorpandemischen Wachstumskurs

2024 war für den Handel rund um wirtschaftliche und politische Krisen ein herausforderndes Jahr. Trotz multipler Herausforderungen steigt der Umsatz im B2C-E-Commerce nach dem deutlichen Rückgang 2022 und der Seitwärtsbewegung im vergangenen Jahr nun 2024 wieder klar an.

Die neuesten Hochrechnungen der Marktexpert:innen am IFH KÖLN beziffern das Wachstum auf bis zu 4,1 Prozent, was einem Marktvolumen von 104,7 Milliarden Euro (brutto) entspricht. Damit kehrt der Onlinehandel auf seinen vorpandemischen Wachstumskurs zurück und landet 2024 leicht über dem bisherigen Rekordhoch von 2021.

Die unterschiedlichen Handelsbranchen entwickeln sich online dynamisch entsprechend ihren Gesamt-Branchenprognosen. Dabei liegen alle

Handelsbranchen online zumindest leicht im Plus. Größter Online-Gewinner ist auch 2024 wieder FMCG (bis zu +7,6 %), aber auch die zweite Nachzüglerbranche Heimwerken/Garten (bis zu +3,6 %), die beide im Vergleich zu anderen Branchen niedrigere Onlineanteile aufweisen und von Nachholeffekten profitieren. Fazit: Größeres Onlinewachstum als Gesamtwachstum. Auch die Handelsbranche mit den größten Verlusten insgesamt – Wohnen und Einrichten – kann durch moderates Online-Plus (bis zu +2,6 %) Verluste ausgleichen.

Die Onlineexpert:innen vom IFH KÖLN geben die Entwicklung des Onlinehandels in Deutschland mit einer Szenario-Rechnung in drei verschiedenen Varianten an. Bei allen dreien: weiteres Wachstum! Bei Fortführung der aktuellen Trend-Dynamik, der mittleren Variante, liegt das jährliche Wachstum bis 2028 bei 3,8 Prozent – womit die Onlineumsätze 2028 bei 120 Milliarden liegen würden. Selbst in der unteren Variante, welche eine abnehmende Dynamik voraussetzt, verzeichnet der Onlinehandel leichte jährliche Zuwächse von 1,5 Prozent.

HWB

Konjunktur: Vier von zehn Unternehmen wollen 2025 Stellen abbauen

Die Geschäftslage der deutschen Unternehmen ist so düster wie seit der globalen Finanzmarktkrise nicht mehr. Das zeigt die neue Konjunkturumfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW). Die Perspektiven für das neue Jahr sind nicht viel besser – und die Krise hat auch den Arbeitsmarkt erreicht.

Für die deutsche Wirtschaft war 2024 kein gutes Jahr, das machte sich auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar – zuletzt stieg die Arbeitslosenquote zum ersten Mal seit acht Jahren wieder auf über sechs Prozent. 2025 wird es nicht besser, zeigt die neue IW-Konjunkturumfrage, für die das IW im November mehr als 2.000 Unternehmen befragt hat: 38 Prozent von ihnen planen, im neuen Jahr Stellen abzubauen. Nur 17 Prozent wollen mehr Mitarbeiter einstellen. Die Beschäftigungsaussichten sind damit so schlecht wie seit der globalen Finanzkrise 2009 nicht mehr.

Besonders düster sieht es in der Industrie aus: Hier wollen nur 14 Prozent mehr Beschäftigte einstellen, dagegen planen 44 Prozent der befragten

Industriefirmen, Stellen abzubauen. Pessimismus herrscht auch bei den Dienstleistern: Sie hatten in den vergangenen Jahren den Arbeitsmarkt stabilisiert, jetzt wollen auch hier 35 Prozent der Unternehmen ihr Personal reduzieren. Nur 23 Prozent der Dienstleister planen mit zusätzlichen Mitarbeitern.

Besserung ist nicht in Sicht: Für 2025 gehen zwei von fünf Unternehmen von noch schlechteren Geschäften aus, gerade einmal ein Fünftel erwartet eine Verbesserung. Ihr schwindendes Vertrauen in den Standort drücken die Unternehmen auch durch ihre Investitionserwartungen aus: 40 Prozent wollen weniger investieren, nur 23 planen mehr Investitionen ein.

HWB

Weihnachtsgeschäft schwächelt weiter

Das Weihnachtsgeschäft schwächelt auch in der Woche vor dem dritten Advent, ergab eine Umfrage des HDE. Mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen verzeichneten sinkende Besucherzahlen, selbst traditionell starke Branchen wie Spielwaren, Bücher und Elektronik blieben nicht davor bewahrt. Nur die Händler von Uhren, Schmuck, Haushaltswaren und Lebensmitteln zeigten sich zufrieden. Trotzdem rückt der Verband nicht von seiner Weihnachtsprognose ab, die mit 121,4 Mrd. Euro ein Wachstum von 1,3 Prozent verspricht.

HBS

Mit dem HBS zur Spielwarenmesse 2025

Das Weihnachtsgeschäft schwächelt auch in der Woche vor dem dritten Advent, ergab eine Umfrage des HDE. Mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen verzeichneten sinkende Besucherzahlen, selbst traditionell starke Branchen wie Spielwaren, Bücher und Elektronik blieben nicht davor bewahrt. Nur die Händler von Uhren, Schmuck, Haushaltswaren und Lebensmitteln zeigten sich zufrieden. Trotzdem rückt der Verband nicht von seiner Weihnachtsprognose ab, die mit 121,4 Mrd. Euro ein Wachstum von 1,3 Prozent verspricht.

GPK/HBS

EK Retail: Jubiläumsjahr 2025 steht im Zeichen von „People, Connection & Motion“

2025 feiert EK Retail ein außergewöhnliches Jubiläum: Die Gruppe wird 100 Jahre und gestaltet heute die bunte Welt des Handels als europäische Mehrbranchenverbundgruppe, die europaweit fast 4.000 Händler vereint.

Wenn ein Unternehmen 100 Jahre am Markt besteht, haben die Verantwortlichen ihrer jeweiligen Zeit die unterschiedlichsten Herausforderungen gut gemeistert. Ein sanftes Ruhekissen ist eine erfolgreiche Vergangenheit allerdings nicht, eher eine Verpflichtung, es in Zukunft noch besser zu machen. So sieht es Martin Richrath, seit dem 1. Januar 2023 CEO von EK Retail. „Wir arbeiten in herausfordernden Zeiten und haben uns deshalb gefragt, wie wir in diesem Umfeld unser Jubiläum gebührend feiern können. Die Antwort ist: Wir besinnen uns darauf, woher wir kommen und was uns in der Vergangenheit stark gemacht hat.“

Dafür startet EK eine ganzjährige Kampagne, die die drei tragenden Säulen des Unternehmenserfolges in den Mittelpunkt rücken wird:

I **People:** EK ist ein Netzwerk von Menschen, die sich auf Augenhöhe begegnen, sich gegenseitig respektieren und die Bedürfnisse des anderen ernstnehmen. Das daraus entstehende Vertrauen ist die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

II **Connection:** EK bringt Menschen zusammen und fördert den Dialog zwischen Händlern, Lieferanten und Mitarbeitern. Ziel ist es, voneinander zu lernen und gemeinsam zu wachsen.

III **Motion:** EK ist ein Unternehmen in Bewegung, das sich ständig an Veränderungen anpasst – an sich wandelnde Zeiten, Märkte und Verbrauchergewohnheiten. Der Horizont reicht dabei weit über den Tellerrand hinaus.

Im Kampagnen-Jahr plant EK auf den Veranstaltungen der Business Units auch zahlreiche Charity-Aktivitäten, deren Erlöse einer europäischen Organisation zugutekommen sollen, die sich eine gute und gesunde Zukunft für Kinder auf die Fahne geschrieben hat.

Auf www.ek-retail.de/100JahreEK kann man die EK auf ihrer Reise durch das Jubiläumsjahr begleiten.

GPK

Nordstil Winter 2025: Tickets& Infos

Vom 11. bis 13. Januar 2025 öffnet die Nordstil wieder ihre Türen. Als zentraler Anlaufpunkt für den Norden lockt die Fachmesse für Konsumgüter jedes Jahr eine Vielzahl von Einkäufer*innen nach Hamburg.

Auf der Nordstil erwartet Sie ein großes Produktangebot von Markenherstellern, Start-ups, Manufakturen und jungen Designer*innen bis hin zu jeder Menge inspirierenden Highlights. Die Regionalmesse bietet die perfekte Plattform für den Einzel- und Fachhandel zum Ordern und um sich über die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Haus & Garten, Schmuck & Mode, Küche & Genuss, Stil & Design sowie Geschenke & Papeterie zu informieren.

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).

Bei Fragen rund um die Ambiente wenden Sie sich an Beate Schraml (0221/9408320; beate.schraml@hwb.online).

BVDM

imm cologne und interior design days cologne bilden das neue Messe-Duo der Koelnmesse

Die Koelnmesse bietet ab 2025 zwei moderne Formate, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Branche abgestimmt sind. Ziel ist es, allen Beteiligten einen erheblichen Mehrwert zu bieten und zukunftsfähige Plattformen für die Weiterentwicklung der Einrichtungsbranche zu schaffen. Damit wird die Messe an die aktuellen Marktbedingungen angepasst und die Grundlage für die Fortführung der 70-jährigen Erfolgsgeschichte der imm cologne geschaffen, die sich als führende Veranstaltung im Bereich Interior etabliert hat.

Im Oktober 2025 feiert das Neuformat interior design days cologne (idd cologne) Premiere und setzt neue Maßstäbe für Premium-Marken aus den Bereichen Residential (Wohnen) und Hospitality Interiors (Einrichtung von Hotels, Restaurants und Gastgewerbe). Das Event bietet eine zielgruppenspezifische Plattform, deren Termin und Konzeption in enger Abstimmung mit der Branche entwickelt wurde.

Im Fokus stehen inspirierendes Design und hochwertige Marken. Neben dem Handel richtet sich das neue Format gezielt an Interior-Professionals aus den Bereichen Interior Design, Architektur und Projektplanung. Auch Einrichtungsbegeisterte, die sich für ästhetische Raumgestaltung interessieren, sind herzlich willkommen.

Die idd cologne findet künftig im Zweijahresrhythmus statt und wird neben Markenmöbeln auch weitere Brands aus Sparten wie Beleuchtung und Raumgestaltung umfassen. Der Auftakt des neuen Messekonzepts erfolgt vom 26. bis 29. Oktober 2025 und wird ein neuartiges und besonderes Erlebnis für die gesamte Interior-Design-Branche sein.

Die Traditionsmesse imm cologne wurde komplett neu durchdacht und ebenfalls auf die aktuellen Bedürfnisse des Marktes ausgerichtet. Hier steht das konsumfokussierte Einrichtungssegment im Mittelpunkt, also nachfragestarke und marktreife Produkttrends aus allen Wohnbereichen des häuslichen Lebens. Die imm cologne richtet sich damit noch gezielter an den internationalen Möbelhandel, darunter Möbelhandelsketten, Einkaufsverbände, Online-Versandhändler und Vermarkterinnen und Vermarkter sowie weitere Fachbesuchende aus der Interior-Branche, die eine breite Käuferschicht ansprechen.

Was bleibt, ist der jährliche Rhythmus im Januar und damit der perfekte Start in das neue Einrichtungsjahr. Vieles andere wurde an die aktuelle Marktsituation angepasst: Zukünftig findet das internationale Einrichtungsevent komprimiert an vier Tagen statt. Als moderne Plattform für das globale Interior-Business setzt die Messe auf ein junges, dynamisches und internationales Konzept und ist zugleich schlank und kosteneffizient ausgerichtet. Die Teilnahme an der imm cologne ermöglicht es damit Unternehmen im bedeutendsten Möbelmarkt Europas Präsenz zu zeigen. Die erste Messe im neuen Format findet vom 20. bis 23. Januar 2026 statt.

„Seit 100 Jahren steht die Koelnmesse für erstklassige Messeformate, umgesetzt im Herzen von Europa und der ganzen Welt. Wer so lange

erfolgreich im weltweiten Messebusiness unterwegs sein will, muss sich kontinuierlich weiterentwickeln und auf verändernde Anforderungen seiner Kundenklientel Antworten haben. Genau diese geben wir mit der Neuausrichtung des Messeformates unseres Interior-Flaggschiffs imm cologne. Gemeinsam mit dem Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM) und dem Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) haben wir den Einrichtungsmarkt tiefgreifend analysiert und unser Angebot darauf nicht nur angepasst, sondern neu ausgerichtet. Das Ergebnis sind zwei fokussierte Messeformate, die sich eng an den Anforderungen des jeweiligen Einrichtungssegments orientieren und genau den Nerv der Zeit treffen“, so Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse. „Wir haben unsere traditionsreiche imm cologne fit für die Zukunft gemacht und werden mit der idd cologne ein ebenfalls spezialisiertes Eventformat launchen. Wir sehen uns als Wachstumsmotor der Branche, stehen für Vertrauen und Verlässlichkeit und zugleich für Inspiration und tragfähige Zukunftsperspektiven.“

VDM-Präsident Leo Lübke begrüßt die Neuausrichtung: „Die beiden neuen Messekonzepte, die wir gemeinsam erarbeitet haben, sind speziell auf die jeweiligen Ausstellersegmente und Besuchergruppen zugeschnitten. Wir freuen uns sehr, dass unsere Branche schon im kommenden Herbst wieder ihre Neuheiten in Köln präsentieren wird. Führende Premiumhersteller haben ihre Teilnahme bereits angekündigt. Als größte Möbelnation in Europa brauchen wir diese zentralen Branchenschauen, um uns im Wettbewerb zu positionieren.“

Markus Meyer, Präsident des BVDM, ergänzt: „Messen stehen für Erneuerung und Innovation. Dies gilt nicht nur für die ausgestellten Produkte, sondern auch für die Messen selbst. Nach vielen erfolgreichen Jahren haben sich in den letzten Jahren Erwartungen und Ansprüche an Messen maßgeblich verändert. Diese Entwicklung machte auch nicht vor der imm cologne halt. Wir sind überzeugt, dass die Möbelbranche eine starke Leitmesse braucht und selbige uns viele Möglichkeiten des Handelns und der Interaktion bietet. Aus diesem Grund unterstützen wir alle Initiativen, welche der Branche mit einer Leitmesse dienlich sind. Wir blicken mit Spannung auf die interior design days 2025 sowie die imm cologne 2026.“

HBS

Büroring eG: Branchenerfahrene Verstärkung für Einkauf und Vertrieb

Die Büroring eG hat im Rahmen ihrer strategischen Neuausrichtung zwei Schlüsselpositionen neu besetzt. Mit Björn Unfug als Vorstand Einkauf und Julian Lenz als Assistent des Vorstands Vertrieb und Marketing verstärkt die Fachhandelskooperation ihr Management-Team durch erfahrene Branchenexperten.

Björn Unfug bringt umfassende Expertise aus früheren Führungspositionen bei Viking/Office Depot und ABE Associated Brands Europe mit. Als Vorstand Einkauf wird er den Umbau des Büroring maßgeblich vorantreiben und den Einkauf neu strukturieren. Unterstützt wird er dabei von Ulrich Paulus, der seit Oktober als Assistent des Vorstands Einkauf und Prokurist tätig ist.

Julian Lenz, zuvor Gesamtvertriebsleiter bei der Soennecken eG, übernimmt als Assistent des Vorstands die Verantwortung für die strategische Neuausrichtung von Vertrieb und Marketing. Der Branchenprofi ist seit 2008 in verschiedenen Positionen tätig, zuletzt bei Staples Deutschland und Soennecken.

Ausführliche Informationen im Abonnement

Bürowirtschaft: InfoLetter HBS alle 3 Wochen per E-Mail

Möbel-, Küchen- und Einrichtungsbranche: BVDM-Meinung in der monatlichen Fachzeitschrift Möbelkultur

Branche Tisch- und Küchenausstattung, Hausrat, Wohnaccessoires sowie Geschenke: GPK intern in der monatlichen Fachzeitschrift P&G

Impressum

Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB)
Frangenheimstr.6, 50931Köln, Tel. 0221-940 83-30
hwb@hwb.online, 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.