

Info Wohnen und Büro

IWB Nr.24 | 04.08.2026

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

Inhalt

HWB: ifo Institut: Geschäftsklima im Einzelhandel leicht verbessert

HWB: Die Macht der älteren Konsumenten – Konsumbarometer 2026 von Consors Finanz

HWB: HDE-Konsumbarometer im August: Verbraucherstimmung sinkt nach kurzer Erholung wieder

HBS: PBS Deutschland - Martin Kunow übernimmt wieder die Gesamtgeschäftsführung

BVDM: Egger - Holzspezialist hält Umsatz und Ergebnis stabil

GPK/HBS: Nordstil Sommer 2026 – Plattform für besondere Sortimente

GPK: Villeroy & Boch – stabiler Umsatz bei Dining & Lifestyle

HWB

ifo Institut: Geschäftsklima im Einzelhandel leicht verbessert

Das ifo Geschäftsklima im Einzelhandel ist im Juli auf minus 28,7 Punkte gestiegen, nach minus 32,4 Punkten im Juni. Die Unternehmen beurteilten ihre aktuelle Lage etwas weniger pessimistisch als im Vormonat. Die Geschäftserwartungen verbesserten sich etwas, bleiben aber überwiegend pessimistisch. „Das Geschäftsklima bei den Einzelhändlern hat sich zwar zum dritten Mal in Folge verbessert“, sagt ifo-Branchenexperte Patrick Höppner. „Die Stimmung bei den Unternehmen bleibt aber schlechter als vor der Eskalation des Konflikts im Iran Ende Februar.“ Viele Unternehmen schätzen die Geschäftsaussichten für den weiteren Jahresverlauf sehr zurückhaltend ein.

Im April und Mai war der Geschäftsklimaindikator auf die niedrigsten Werte seit 2023 abgerutscht. „Der Iran-Konflikt hat die konjunkturelle Unsicherheit erhöht und belastet die Verbraucherstimmung, auch wegen höherer Inflationsrisiken“, sagt Höppner. Dennoch haben sich viele Waren im Einzelhandel in der ersten Jahreshälfte nur wenig verteuert. Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke waren im Juni nach der Verbraucherpreisstatistik des Statistischen Bundesamtes im Durchschnitt sogar günstiger als vor der Eskalation des Iran-Konflikts im Februar. Die Händler rechnen laut ifo Konjunkturumfrage für die kommenden Monate weiterhin eher mit steigenden als mit sinkenden Preisen.

54 Prozent der Einzelhändler schätzen die Nachfrage im Juli als unzureichend ein. Im zweiten Quartal kauften bei 48,2 Prozent der Unternehmen im stationären Einzelhandel weniger Kunden ein als saisonüblich. Bei Online-Shops registrierten dagegen nur rund 25,6 Prozent der Händler weniger Klicks als für diese Jahreszeit üblich.

HWB

Die Macht der älteren Konsumenten – Konsumbarometer 2026 von Consors Finanz

Eine aktuelle Verbraucherstudie von Consors Finanz zeigt: Die Generation 60+ ist aktiv, konsumfreudig und digital aufgeschlossen – und wird vom Markt trotzdem noch immer unterschätzt.

Mit mehr als 25 Millionen Menschen ist über ein Fünftel der Bevölkerung in Deutschland 60 Jahre oder älter – Tendenz steigend. Trotzdem gilt die Generation in vielen Marketing- und Produktstrategien noch immer als vernachlässigte Zielgruppe. Dabei verfügt sie in Summe über das höchste Nettovermögen aller Altersgruppen. Dass sie dieses auch einsetzen will, zeigt das Konsumbarometer 2026 von Consors Finanz. Die Studie belegt zugleich: Das gesellschaftliche Bild älterer Verbraucher:innen ist positiver, als es die öffentliche Debatte oft suggeriert – eine große Mehrheit der befragten Europäer:innen und Deutschen, auch der Jüngeren, sieht ältere Menschen als Bereicherung für die Gesellschaft.

Die Ergebnisse der Studie zeigen eine Generation 60+, die ihr Leben selbst und aktiv gestalten möchte. Gesund bleiben (D: 91 Prozent, EU: 91 Prozent) und finanziell unabhängig sein (D: 84 Prozent bzw. EU: 72 Prozent) sind ihre

wichtigsten Ziele. Dazu gehört, möglichst lange in den eigenen vier Wänden zu wohnen (D: 87 Prozent, EU: 83 Prozent) – und den Ruhestand aktiv und bewusst zu gestalten.

93 Prozent der deutschen Senior:innen (EU: 91 Prozent) wollen durch Konsum ihre Lebensqualität verbessern. Konsum hat für die deutsche Generation 60+ insbesondere auch eine soziale Dimension: 64 Prozent sehen ihn als Weg, aktiv an der Gesellschaft teilzuhaben. Ebenso viele wollen damit die Wirtschaft stützen.

Bei der Einkaufsentscheidung zählen Preis, Qualität und Funktionalität. Bemerkenswert: Während europäische Senior:innen Umweltfreundlichkeit und Energieeffizienz unter die Top fünf ihrer Kaufkriterien einordnen, zählen die deutschen 60+ diese Aspekte sogar zu ihren Top drei. Zudem ist die Generation digitaler, als ihr Ruf vermuten lässt. Ausgestattet mit eigenem Smartphone, shoppen sie versiert und regelmäßig in der Online-Welt.

Unter folgendem Link finden Sie die vollständige Studie zum Download:

https://cdn0.scrvt.com/948347fad0a6500ad8e86915cd6bf4fd/47b6027858a4025f/003cbc4721b9/Konsumbarometer_2026_Consors_Finanz.pdf

HWB

HDE-Konsumbarometer im August: Verbraucherstimmung sinkt nach kurzer Erholung wieder

Nachdem sich die Konsumstimmung in den vergangenen Wochen etwas erholt hatte, geht sie nun wieder leicht nach unten. Das macht das aktuelle Konsumbarometer des Handelsverbandes Deutschland (HDE) deutlich. Der positive Trend aus dem Vormonat setzt sich demnach nicht weiter fort. Grund hierfür sind vermutlich die wieder zunehmenden Spannungen im Nahen Osten.

Im Vergleich zum Vormonat sinkt das HDE-Konsumbarometer leicht und verpasst der aufgekommenen Hoffnung der vergangenen Wochen einen Dämpfer. Gegenüber dem Vorjahr ist die Stimmung sogar stark eingetrübt. Der wieder an Intensität zunehmende Konflikt zwischen dem Iran und den USA wirkt sich negativ auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sowie die Verbraucherstimmung aus. Beim Thema Konsum werden die

Verbraucherinnen und Verbraucher vorsichtiger und mit Blick auf die kommenden Wochen wollen sie ihre Sparanstrengungen erhöhen.

Auch die konjunkturelle Entwicklung bewerten die Verbraucherinnen und Verbraucher pessimistischer als im Vormonat. Allerdings wirkt sich die schlechte Verbraucherstimmung bisher nicht auf die Einkommenserwartung aus, die im Vergleich zum Vormonat weiter steigt. Der aktuelle Wert liegt nur minimal unter dem Vorjahresniveau. Zudem erwarten die Verbraucherinnen und Verbraucher eine weiter sinkende Inflationsrate.

Der Krieg im Iran hat die wirtschaftlichen Risiken wieder deutlich erhöht. Die Sorge der Verbraucherinnen und Verbraucher vor den Folgen des Konflikts belastet die Konsumstimmung und trübt die Wachstumsaussichten erneut ein. Solange der Konflikt andauert, dürfte die Verunsicherung hoch bleiben und die wirtschaftliche Entwicklung belasten. Kurzfristig können auch die Reformbemühungen der Bundesregierung diese negativen Auswirkungen kaum ausgleichen.

Das jeweils am ersten Montag eines Monats erscheinende HDE-Konsumbarometer basiert auf einer monatlichen Umfrage unter 1.600 Personen zur Anschaffungsneigung, Sparneigung, finanziellen Situation und zu anderen konsumrelevanten Faktoren. Das Konsumbarometer, das vom Handelsblatt Research Institute (HRI) im Auftrag des HDE erstellt wird, hat eine Indikatorfunktion für den privaten Konsum. Es bildet nicht das aktuelle Verbraucherverhalten ab, sondern die erwartete Stimmung in den kommenden drei Monaten.

HBS

PBS Deutschland - Martin Kunow übernimmt wieder die Gesamtgeschäftsführung

Die PBS Holding hat die Führung ihrer deutschen Gesellschaften neu geordnet. Nach dem Ausscheiden von Frank Exslager übernimmt Martin Kunow erneut die Gesamtgeschäftsführung. Das Unternehmen begründet den Schritt mit der Sicherung von Stabilität und der Korrektur operativer Probleme im Zuge der Büroring-Integration.

Mit der Rückkehr des langjährigen Managers wolle die Unternehmensgruppe nach eigenen Angaben Kontinuität in den Strukturen sichern und gleichzeitig

den Ausbau der Serviceangebote sowie des bestehenden Kundenportfolios fortsetzen.

BVDM

Egger - Holzspezialist hält Umsatz und Ergebnis stabil

Trotz schwacher Baukonjunktur und geopolitischer Unsicherheiten hält die Egger Gruppe ihre Geschäftsentwicklung im Geschäftsjahr 2025/2026 stabil. Das österreichische Familienunternehmen aus St. Johann in Tirol setzt seine Investitionsstrategie unverändert fort und richtet den Fokus auf Lieferperformance und Kundennähe.

Die Egger Gruppe erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2025/2026 einen gruppenweiten Umsatz von 4.264,7 Mio. Euro und damit ein Plus von 3,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das EBITDA lag mit 541,8 Mio. Euro nahezu auf Vorjahresniveau (plus 0,1 Prozent), die EBITDA-Marge sank leicht auf 12,7 Prozent nach 13,1 Prozent im Vorjahr. Produziert wurden 10,9 Mio. Kubikmeter Holzwerkstoffe und Schnittholz.

GPK/HBS

Nordstil Sommer 2026: Plattform für besondere Sortimente

Wer Sortimente individuell gestalten, Neuheiten entdecken und Geschäftspotenziale in entspannter, familiärer Atmosphäre ausloten wollte, war die letzten Tage in Hamburg richtig. Die Nordstil Sommer 2026 brachte vom 25. bis 27. Juli rund 500 Aussteller und deren Neuheiten mit rund 7.000 Einkäufer*innen aus Deutschland, den Niederlanden und Skandinavien zusammen. Die Qualität der Gespräche und das Orderverhalten wurden von zahlreichen Ausstellern überwiegend positiv bewertet, auch wenn weniger Facheinkäufer*innen als im Vorjahr (8.2821) ihren Weg nach Hamburg fanden. „Gerade wenn sich Märkte verändern und unter Druck stehen, braucht der Handel verlässliche Partner, die Orientierung geben und die eigene Resilienz stärken. Die Nordstil bringt Menschen, Ideen, Produkte zusammen und schafft so die Grundlage für gute Sortimentsentscheidungen und erfolgreiche Geschäfte“, sagt Philipp Ferger, Bereichsleiter Consumer Goods Fairs, Messe Frankfurt.

Aus Sicht des Handels bleibt die Nordstil ein entscheidender Termin für die erfolgreiche Sortimentsplanung. „Die Situation im Einzelhandel ist im Sommer 2026 weiterhin angespannt, die anhaltenden Krisen dämpfen die Konsumlaune merklich. Umso wichtiger ist es für den Handel, die neuesten Trends zu kennen, um den Kunden attraktive Sortimente präsentieren zu können. Die Nordstil bietet ideale Voraussetzungen für das individuelle Trendscouting. Die kompakte, gut strukturierte Messe hilft dabei, aus der Vielzahl an Angeboten genau die Produkte herauszufiltern, die zum eigenen Geschäft passen. Gerade der Mix aus bekannten Marken, Newcomern und ergänzenden Produktgruppen wie Feinkost machen den Besuch der Nordstil für den Handel so wertvoll“, sagt Beate Schraml, Leiterin GPK im Handelsverband Wohnen und Büro.

Die Konzentration auf den A-Teil des Hamburger Messegeländes ist aufgegangen. Kurze Wege, eine übersichtliche Hallenstruktur und die konsequente Gliederung in die Themenwelten Wohnen & Dekorieren, Genießen & Verwöhnen, Schönes & Schenken sowie Lebensart & Lifestyle ermöglichten eine gezielte Order. In diesem Sommer waren vor allem Produkte mit authentischen Geschichten, hoher Qualität und einem erkennbaren Mehrwert für Endkund*innen gefragt. Nachhaltige Konzepte, individualisierbare Angebote und mehr als 80 Neuaussteller lieferten wertvolle Impulse für die Sortimentsgestaltung.

Schon jetzt den Januar-Termin vormerken: Die Nordstil Winter findet vom 9. bis 11. Januar 2027 auf dem A und B-Gelände der Hamburg Messe statt – inklusive umfangreichem Rahmenprogramm mit Trendinseln, Nordstil Forum und Areal für Buddelhelden. Zum zweiten Mal ist außerdem der GenussGipfel am Start, der am 10. und 11. Januar 2027 in Halle B2 stattfindet.

<https://nordstil.messefrankfurt.com/hamburg/de.html>

GPK

Villeroy & Boch: stabiler Umsatz bei Dining & Lifestyle

Der Vorstand der Villeroy & Boch AG bewertet die wirtschaftliche Lage des Konzerns in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2026 trotz eines weiterhin von geopolitischen Spannungen geprägten Marktumfelds insgesamt als noch befriedigend. Der Konzernumsatz lag im ersten Halbjahr

2026 bei 635,8 Mio. € und damit um 12,4 % unter dem Vorjahreswert (725,8 Mio. €).

Der Unternehmensbereich Bad & Wellness erzielte einen Umsatz von 504,4 Mio. € (Vorjahr: 594,1 Mio. €, -15,1 %); portfolio- und währungsbereinigt beträgt der Rückgang hier 9,4 %.

Der Unternehmensbereich Dining & Lifestyle behauptete sich mit einem Umsatz von 130,0 Mio. € nahezu auf Vorjahresniveau (130,4 Mio. €); währungsbereinigt ergibt sich sogar ein leichtes Plus von 0,8 %. Besonders hervorzuheben ist die Entwicklung im E-Commerce mit einem Umsatzplus von 16,1 %. Leichte Rückgänge in EMEA (-1,0 %) wurden durch Zuwächse in APAC und Americas teilweise kompensiert. Das operative EBIT stieg leicht auf 5,0 Mio. € (Vorjahr: 4,8 Mio. €).

„Das Ergebnis im Geschäftsbereich Dining & Lifestyle ist angesichts des herausfordernden Marktumfelds besonders erfreulich. Der Beitrag unserer erfolgreichen Neueinführungen und auch das starke E-Commerce-Wachstum zeigen, dass wir nah an den Bedürfnissen unserer Konsumentinnen sind“, kommentiert Dr. Peter Domma, Vorstand Dining & Lifestyle und Chief Digital Officer.

Das globale Marktumfeld bleibt von geopolitischer und wirtschaftlicher Unsicherheit geprägt; eine weitere Eintrübung im zweiten Halbjahr ist nicht auszuschließen. Vor diesem Hintergrund bestätigt der Vorstand der Villeroy & Boch AG die Prognose für das Gesamtjahr 2026 mit einem erwarteten operativen EBIT von 75 Mio. €.

Ausführliche Informationen im Abonnement

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

Impressum

Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB)

Frangenheimstr.6, 50931 Köln, Tel. 0221-940 83-30
hwb@hwb.online, www.hwb.online

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

Redaktion:

Christian Haeser (verantwortlich), Jean Lucas Dürand und Beate Schraml.

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