



HWB
Handelsverband
Wohnen und Büro

GPK

Handelsverband
Koch- und Tischkultur

HBS

Handelsverband
Büro und Schreibkultur

BVDM

Handelsverband
Möbel und Küchen

GESCHÄFTSBERICHT

2020
2021



Inhaltsverzeichnis

- S.04** Vorwort
- S.08** Vorstand und Fachpräsidien
- S.13** Verbandsteam
- S.14** Der HWB
- S.16** Organisationsstruktur
- S.18** Wirtschaftslage
- S.36** Jahreshighlights
- S.44** Krisenmanagement
- S.50** Arbeitsausschüsse und Inhaltsschwerpunkte
- S.60** Pressearbeit
- S.64** Messen
- S.68** Fördermitglieder der Fachverbände
- S.70** Institutionen & Gremien
- S.71** HDE und Landesverbände
- S.72** Adressen



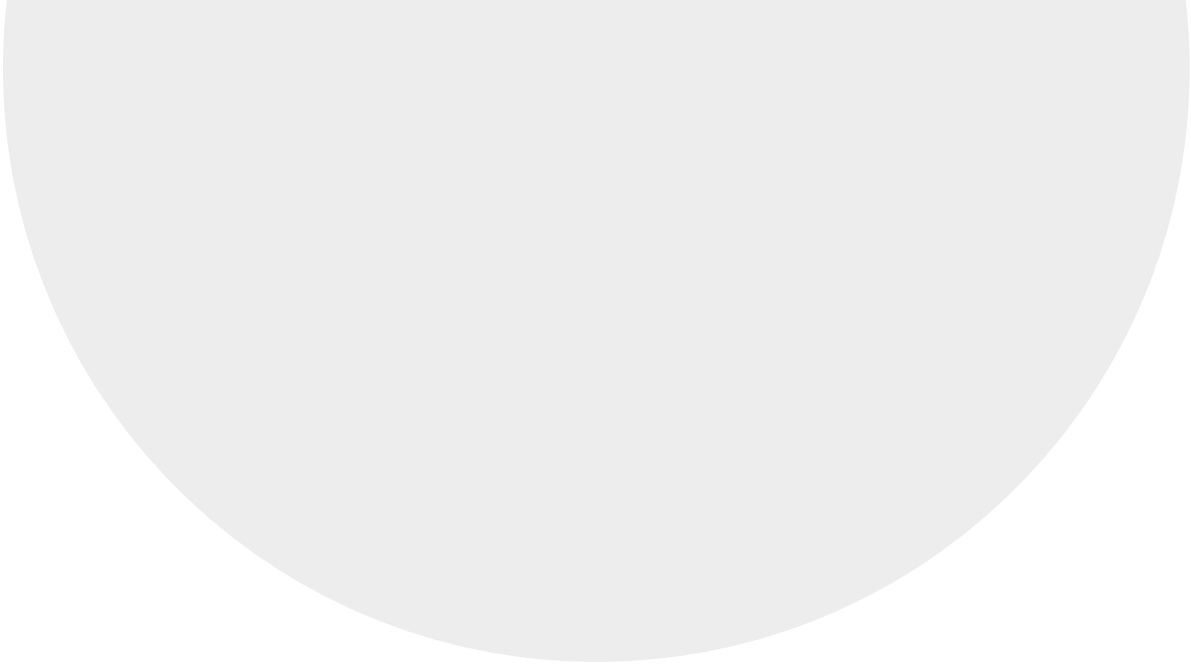
Michael Ruhnau
Vorstandsvorsitzender
Handelsverband
Wohnen und Büro e.V.

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Geschäftsjahre 2020 und 2021 waren und sind für den Handel keine gewöhnlichen Jahre. Die deutsche Wirtschaft ist 2019 das zehnte Jahr in Folge gewachsen. Durch die Corona-Pandemie Anfang 2020 ist die Weltwirtschaft und mit ihr die deutsche Volkswirtschaft in eine Rezession geraten.

Die Ausbreitung des Coronavirus hatte in 2020 und 2021 erhebliche wirtschaftliche Auswirkungen auf unsere Unternehmen aufgrund von Einschränkungen in der Produktion und insbesondere im Fachhandel. Umsatzeinbrüche, Lieferkettenprobleme und ausbleibende Investitionen führten zu neuen Herausforderungen. Der Einzelhandel erlitt Beschränkungen seiner Aktivitäten, um das Kundenaufkommen und die damit verbundene Ansteckungsgefahr auf einem minimalen Niveau zu halten. Staatliche Unterstützungsmaßnahmen, insbesondere das Kurzarbeitergeld, konnten massive wirtschaftliche Auswirkungen abfedern.



Nach dem ersten Lockdown im März/April 2020 und zweiten Lockdown von Dezember 2020 bis April 2021 gab es Monate später Lockerungsschritte. Bund und Länder verständigten sich, dass Einzelhandelsgeschäfte unter strengen Hygieneauflagen wieder öffnen durften. Dadurch entwickelten sich die Geschäfte in beiden Sommern hoffnungsvoll positiv. So lange Maskenpflicht und Abstandsregel eingehalten wurden und der Sommer die Stimmung stabil hielt, verlief die Geschäftsentwicklung behutsam gut.

Im Herbst 2020 hat uns die zweite Welle mit Wucht erreicht. Die Aufgabe bestand darin, die Kundenfrequenz in unseren Geschäften zu erhöhen und gemeinschaftlich alles zu unternehmen, dass es zu keiner dritten Welle kommt. Auch bei ausreichend zur Verfügung stehender Impfstoffe und Schnelltests wird der Weg bis zur Normalität des Alltags und unseres Geschäftslebens noch etliche Monate dauern. Aber jede Verhinderung bietet

auch Chancen, die es vom HWB und seinen Mitgliedern zu nutzen gilt. Eines haben wir gelernt: Mit Fortschreiten der Corona-Pandemie stellen sich neue Fragen, doch es gibt auch neue Antworten.

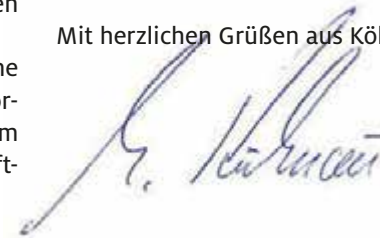
Nichtsdestotrotz werden auch die Themenschwerpunkte der Politik weiterhin aufgenommen und bearbeitet. Der Handel steht an der Schnittstelle zwischen Herstellern, Produzenten und Verbrauchern in der Verantwortung für eine sozial und ökologisch nachhaltige Lieferkette. Die neue EU-Kommission hat sich durch den „Green Deal“ darauf verständigt, der Industrie weitere rechtliche Vorgaben aufzuerlegen. Dadurch wird auch der Handel mittelbar durch neue Vorschriften und Verordnungen betroffen sein.

Im August letzten Jahres erreichte uns zudem eine traurige Nachricht: Unser langjähriger Vorstandsvorsitzender Hans Strothoff ist von uns gegangen. Mit ihm haben wir eine große Persönlichkeit mit leidenschaft-

lichem Tatendrang und großartigem visionären Engagement für die Branche verloren. In seinem Sinne werden wir die Verbandsaktivitäten fortführen.

Die Verbandsarbeit - unter diesen Umständen - ist auch in den Geschäftsjahren 2020 und 2021 kein Selbstläufer. Die HWB-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter konnten wieder bei zahlreichen Themen- und Problemstellungen für den Fachhandel ausgewogene Lösungen finden, diese publizieren und den politischen Gremien zuführen. Alle vertiefenden Informationen dazu entnehmen Sie bitte unserem Geschäftsbericht, den wir Ihnen als Lektüre und Informationsquelle ans Herz legen.

Mit herzlichen Grüßen aus Köln





Der Handelsverband Wohnen und Büro e.V., der Handelsverband Möbel und Küchen sowie der Verein Fachschule des Möbelhandels e.V., Köln trauern um

Herrn Senator E.h. Hans Strothoff

* 28. 11. 1950

† 11. 8. 2020

Wir verlieren mit Herrn Hans Strothoff einen herausragenden Repräsentanten und Förderer. Als Verbandspräsident hat er die ihm zugehörigen Handelsverbände nachhaltig geprägt und zukunftsicher aufgestellt, indem er die Fusion der Verbände der Einrichtungs- und Bürowirtschaftsbranchen erfolgreich durchgeführt hat.

Als Vorstandsvorsitzender des Trägervereins der Fachschule war ihm die Förderung junger Menschen stets ein wichtiges Anliegen. Mit Engagement und Herzblut hat er den Ausbau und die Modernisierung der Möbelfachschule maßgeblich vorangetrieben.

Mit Hans Strothoff verlieren wir eine geschätzte Persönlichkeit, deren Stimme als Unternehmer und Vorsitzender verschiedenster Gremien auf Bundesebene viel galt und gehört wurde. Die Verbände HWB und BVDM sowie die Möfa verabschieden sich mit Respekt, Hochachtung und großer Dankbarkeit von einem ihrer engagiertesten ehrenamtlichen Vertreter.

Unser tiefstes Mitgefühl und unsere Anteilnahme gelten seiner Familie.



HWB VORSTAND



Michael Ruhnau
Bonsels Bürotechnik GmbH,
Dillenburg



Christina van Dorp
Wilhelm van Dorp KG,
Bonn



Markus Meyer (kooptiert)
City-Polster Handels GmbH,
Kaiserslautern



Stefan Storch
Schatzmeister,
D. F. Rabe & Co., Bremen



Fachpräsidien



Christina van Dorp
Präsidentin
Wilhelm van Dorp KG, Bonn



Michael Berz
Siller & Laar GmbH & Co. KG,
Augsburg



Peter Franzen
Hermann Franzen
GmbH & Co. KG, Düsseldorf



Maximilian Schreiner
Max Schreiner GmbH & Co. KG,
Regensburg



Stefan Storch
D. F. Rabe & Co., Bremen



Carl Reckers
Ehrenpräsident
Werne



HBS
Handelsverband
Büro und Schreibkultur



Michael Ruhnau
Präsident
Bonsels Bürotechnik GmbH,
Dillenburg



Carla Gundlach
bi-markt büro & ideen,
Osnabrück



Helmut Fleischer
office 360 GmbH,
Hannover



Martin Kunow
PBS Deutschland
Dienstleistungs GmbH,
Lehrten/Ahlten



Jörg Schaefers
Büroring eG,
Haan



Christian Schmidt
Prisma Fachhandels AG,
Haan



Kirsten Haller

Büro-Bedarf-Balke GmbH,
Oststeinbek



Birgit Lessak

Birgit Lessak e.K.,
Berlin



Dr. Benedikt Erdmann

Soennecken eG,
Overath



Ulf Ohlmer
Ehrenpräsident

Wilh. F. Kassebeer
GmbH & Co. KG, Northeim



Armin Schröter
Ehrenpräsident

Schröter Bürobedarf +
EDV-Zubehör GmbH, Tönisvorst



BVDM
Handelsverband
Möbel und Küchen



Markus Meyer
Sprecher des Präsidiums
City-Polster Handels GmbH,
Kaiserslautern



Oliver Höner
Musterring International GmbH
& Co. KG, Rheda-Wiedenbrück



Kirk Mangels (kooptiert)
MHK Group AG, Dreieich



Günther Härtl
Ehrenpräsident
härtl küchenwelt GmbH, Herborn

Verbandsteam



Christian Haeser
Geschäftsführer



Oliver Hagemann
Referent



Dirk Scharmer
Referent



Doris Pietrowicz
Organisation



Nora Rabah-Martelock
Organisation



Kathrin Schnabel
Organisation



Thomas Grothkopp
Hauptgeschäftsführer
bis 30.06.2020

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

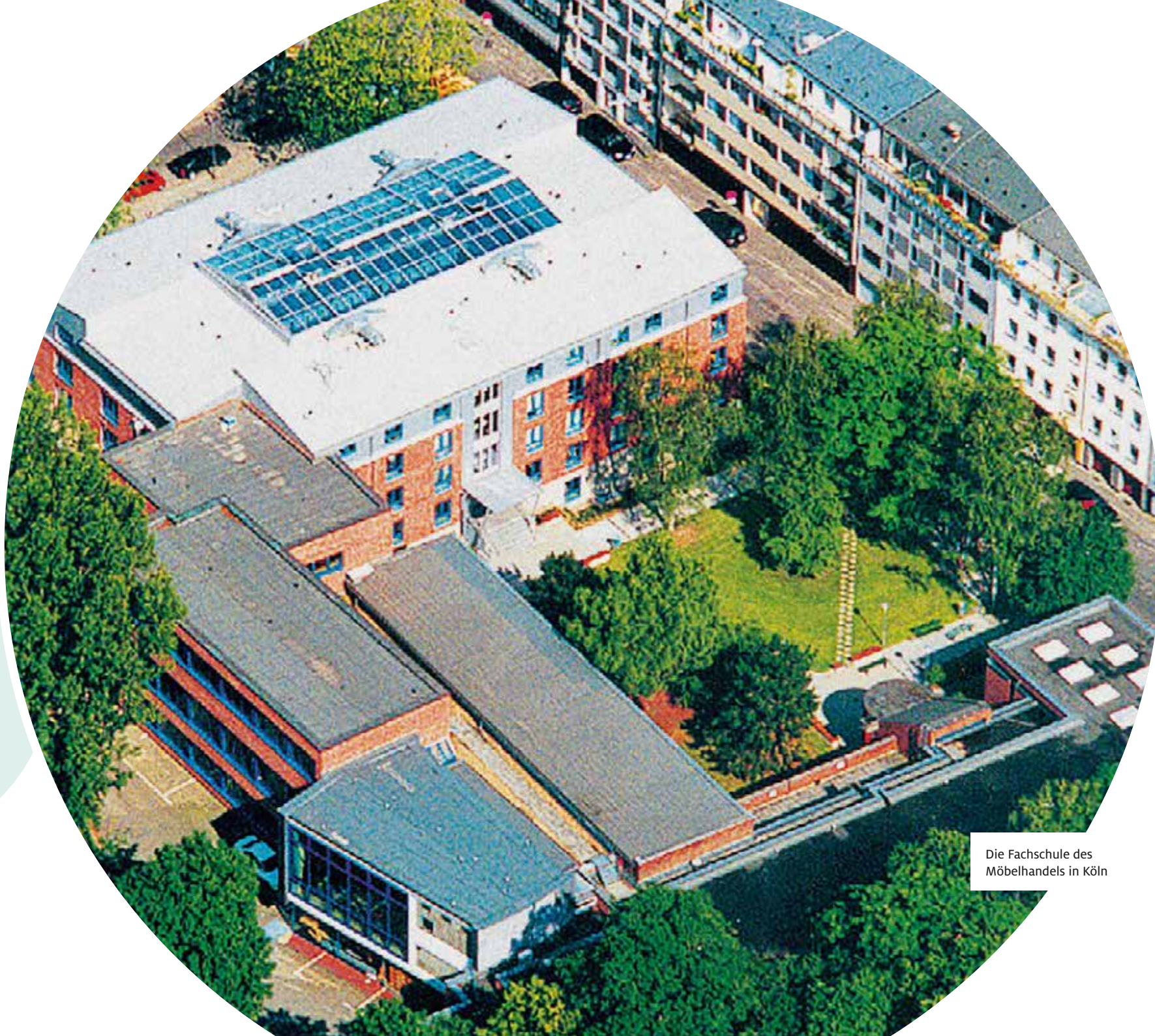
Frangenheimstraße 6,
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83

- 50 **HWB**
- 20 **GPK**
- 30 **HBS**
- 51 **BVDM**

www.hwb.online

hwb@hwb.online



Die Fachschule des
Möbelhandels in Köln

Die Geschäftsstelle des Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) in Köln-Lindenthal



Der HWB

Der Handelsverband Wohnen und Büro e.V. ist die Dachorganisation des Handelsverbandes Möbel und Küchen (BVDM), des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur (HBS) sowie des Handelsverbandes Koch- und Tischkultur (GPK). Er ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Fachhandels der entsprechenden Branchen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 15.000 Unternehmen:

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung von über 4.000 Fachgeschäften mit Tisch-, Küchen- und Wohnaccessoires sowie Geschenkartikeln. Rund 20.000 Menschen sind in Voll- und Teilzeit beschäftigt.

Der Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des bürowirtschaftlichen Fachhandels in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von 2.200 Unternehmen.

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) ist die berufspolitische und branchenfachliche Interessenvertretung des Fachhandels mit Möbeln, Küchen und

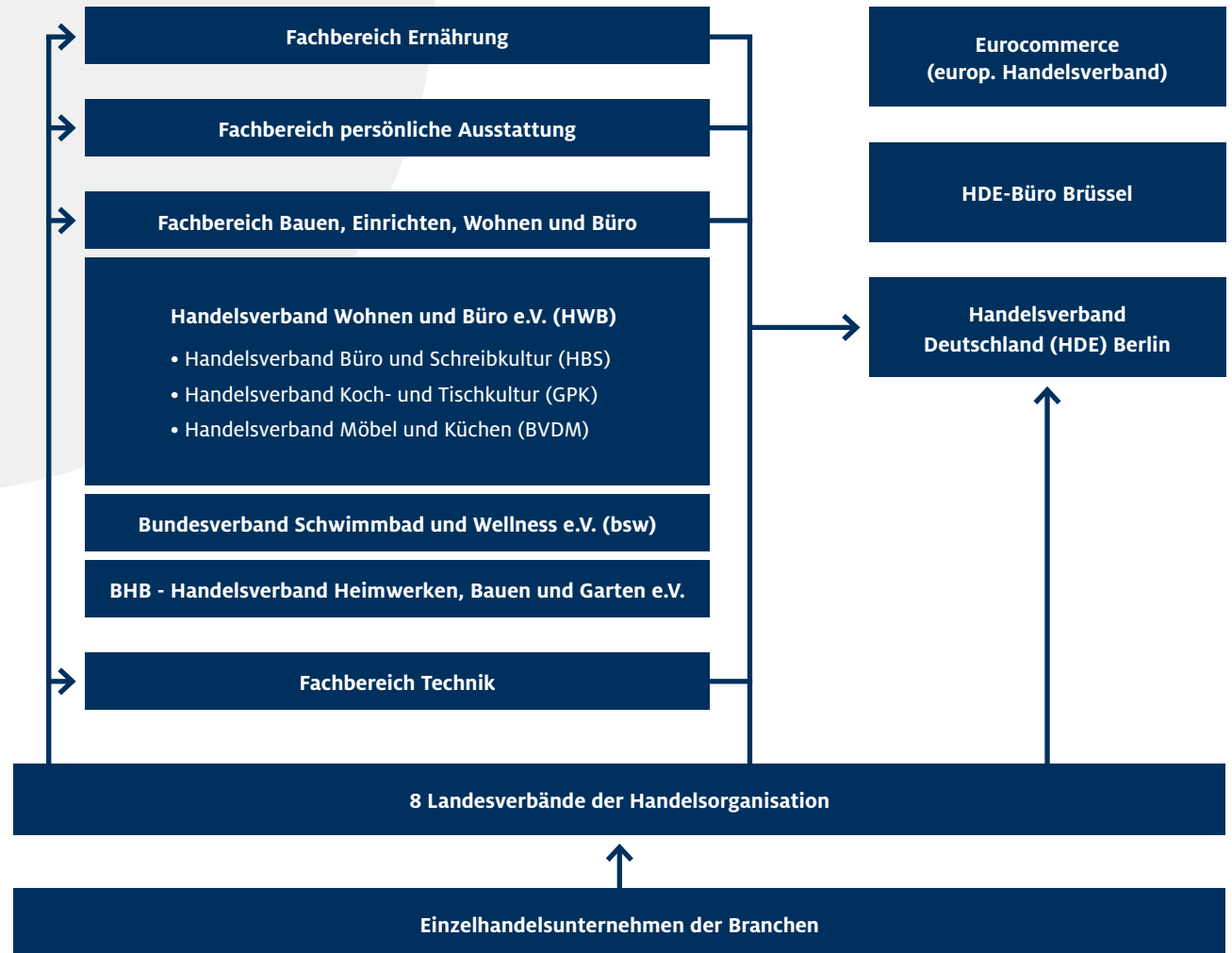
Einrichtungsgegenständen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 8.500 Unternehmen an rund 10.000 Standorten mit ca. 100.000 Beschäftigten.

Alle Fachverbände vertreten in Branchengremien und Arbeitskreisen gegenüber Lieferanten und Messen die Interessen des Fachhandels und setzen sich für die Mitgliedsfirmen ein. Ziel ist, ihre Selbstständigkeit und wirtschaftliche Sicherung innerhalb der freien und sozialen Marktwirtschaft zu erhalten. Die Fachverbände fördern demokratische Wirtschaftsstrukturen, um allen Vertriebsformen und -größen gleiche Chancen zu bieten. Die Fachverbände informieren und kommunizieren mit allen Branchenstufen und -institutionen, ergreifen die Initiative für Branchenprojekte, erarbeiten branchenrelevante Informationen für die eigenen Branchenorgane und arbeiten eng mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und seinen Landesverbänden sowie gleichgelagerten Branchenverbänden zusammen.

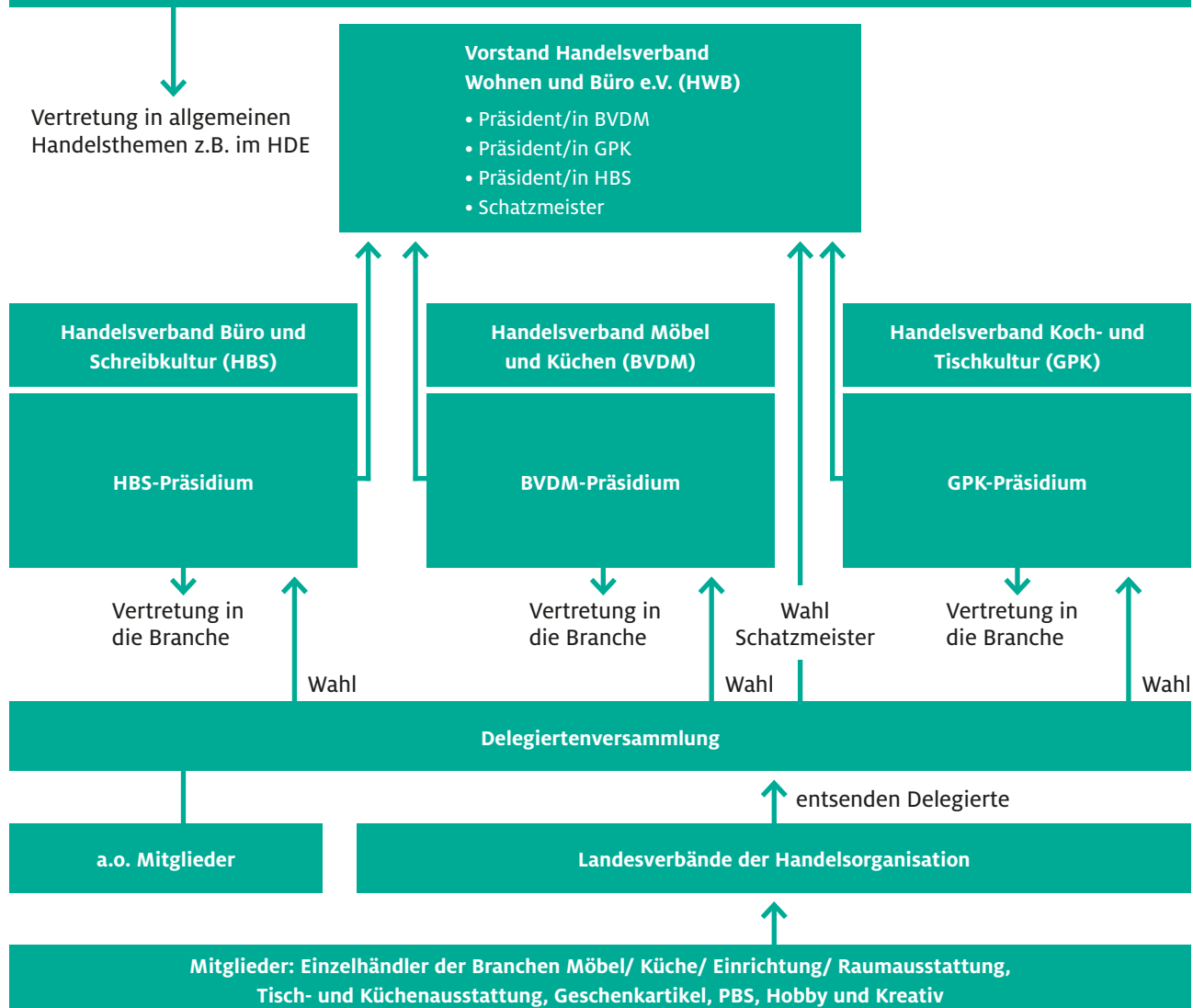


Organisationsstruktur

Nationale und europäische Verbandsstruktur



Handelsverband Wohnen und Büro e.V.





Wirtschaftslage

2019

Der Einzelhandel in Deutschland hat im Jahr 2019 nach Schätzungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) real (preisbereinigt) zwischen 2,86 Prozent und 3,01 Prozent sowie nominal (nicht preisbereinigt) zwischen 3,38 Prozent und 3,52 Prozent mehr umgesetzt als im Jahr 2018. Diese Schätzungen basieren auf den Einzelhandelsumsätzen für die Monate Januar bis November 2019. Im November 2019 waren die Umsätze der Einzelhandelsunternehmen in Deutschland real 2,8 Prozent und nominal 3,1 Prozent höher als im Vorjahresmonat. Die Geschäfte waren im November 2018 und im Vorjahresmonat jeweils an 26 Verkaufstagen geöffnet.

Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stiegen die Umsätze im November 2019 im Vergleich zum Vorjahresmonat real um 2,7 Prozent und nominal um 2,6 Prozent. Das größte Umsatzplus mit real 6,5 Prozent und nominal 5,2 Prozent erzielte der Sonstige Einzelhandel (zum Beispiel Fahrräder, Bücher).

Von Januar bis November 2019 setzte der deutsche Einzelhandel real 2,9 Prozent und nominal 3,5 Prozent mehr um als im Vorjahreszeitraum. Kalender- und saisonbereinigt war der Umsatz im November 2019 im Vergleich zum Oktober 2019 real und nominal um 2,1 Prozent höher.

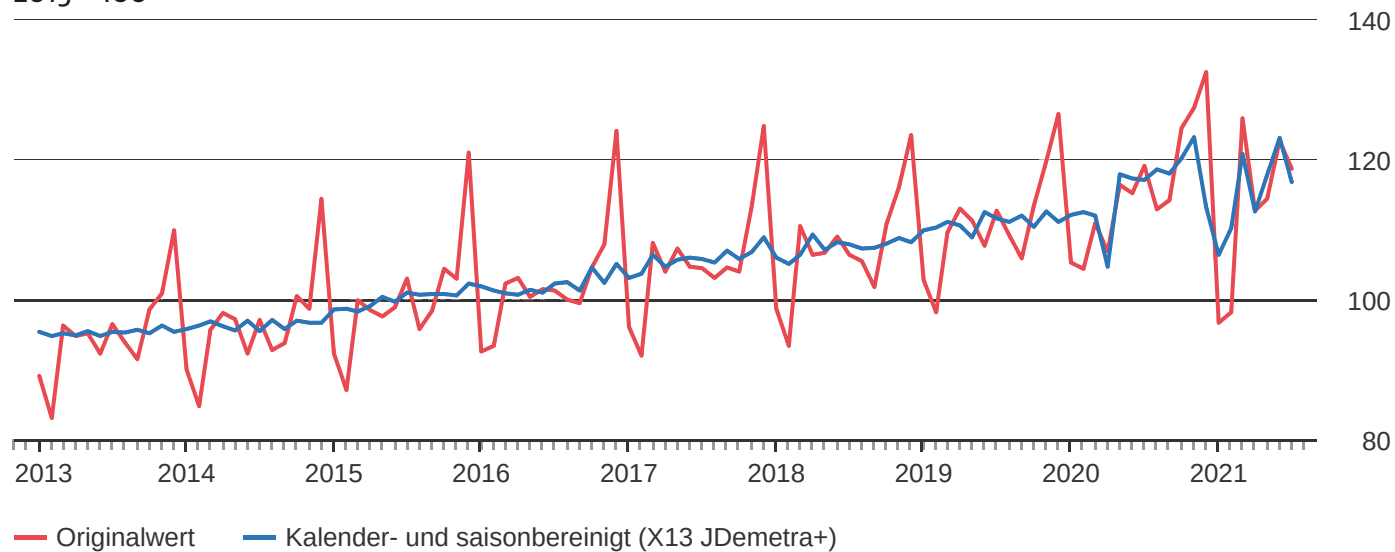
2020

Der Einzelhandel in Deutschland hat im Jahr 2020 nach Schätzungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) real (preisbereinigt) zwischen 3,9 Prozent und 4,3 Prozent sowie nominal (nicht preisbereinigt) zwischen 5,1 Prozent und 5,5 Prozent mehr umgesetzt als im Jahr 2019. Diese Schätzungen berücksichtigen den Lockdown in der zweiten Dezemberhälfte und die Einzelhandelsumsätze für die Monate Januar bis November 2020. Im November 2020 waren die Umsätze in Deutschland nach vorläufigen Ergebnissen kalender- und saisonbereinigt real 1,9 Prozent und nominal 1,7 Prozent höher als im Oktober 2020.

Im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stiegen die Umsätze im November 2020 im Vergleich zum Vorjahresmonat real um 8,5 Prozent und nominal um 8,8 Prozent. Das größte Umsatzplus mit real 31,8 Prozent und nominal 33,1 Prozent erzielte der Internet- und Versandhandel. Deutlich zugenommen hat auch der Handel mit Einrichtungsgegenständen, Haushaltsgeräten und Baubedarf mit einem Plus von real 15,4 Prozent.

Umsatz des Einzelhandels in konstanten Preisen (real)

2015 = 100



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2021

2021

Nach einem gesamtwirtschaftlich durchwachsenen 1. Quartal 2021 zeigen die Monate April, Mai und Juni erste Zeichen der Erholung im Einzelhandel. Wie das Statistische Bundesamt mitteilt, ließen die Lockerungen der Corona-Maßnahmen die Umsatzzahlen in Einzelhandel und Tourismus im Mai zwar kräftig steigen, sie liegen aber nach wie vor deutlich unter dem Vorkrisenniveau. Eine Insolvenzwelle aufgrund der Pandemie blieb bislang aus.

Stationärer Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln profitiert von ersten Lockerungen, ist aber noch weit vom Vorkrisenniveau entfernt.

Der Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln, der seit Beginn der Corona-Krise von den Einschränkungen stark betroffen ist, konnte

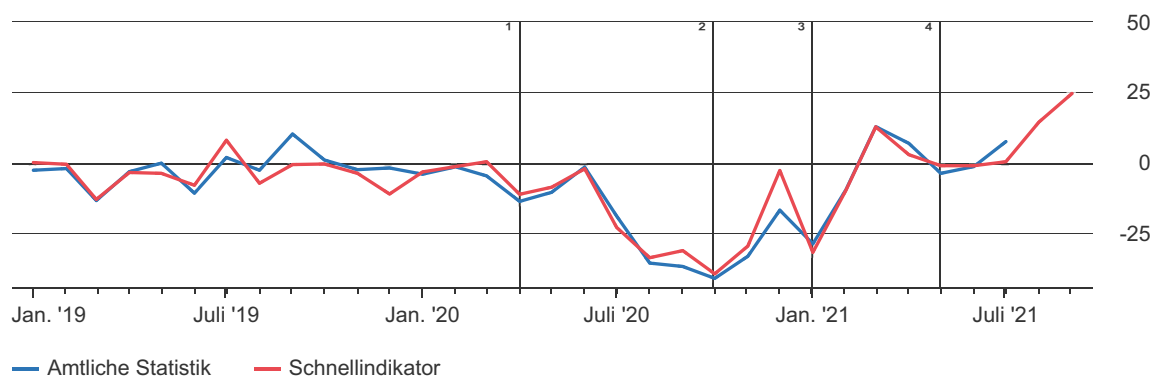
sich im Mai 2021 real, kalender- und saisonbereinigt um 6,7 Prozent gegenüber dem Vormonat steigern.

Der Internet- und Versandhandel zeigt sich währenddessen vom wieder aufkeimenden Wachstum des stationären Handels unbeeinflusst. Im März 2021 hatte der Versand- und Internethandel einen Umsatzrekord erzielt, von dem er – nach einem kurzen Rückgang im April – auch im Mai nicht weit entfernt lag.

Die erwartete Insolvenzwelle durch die Corona-Krise ist bislang ausgeblieben. Auch als Effekt staatlicher Unterstützungen und des Aussetzens der Insolvenzantragspflicht setzte sich der langjährige Trend sinkender Insolvenzzahlen sogar verstärkt fort. Im April 2021 lag die Zahl der angemeldeten Unternehmensinsolvenzen 9 Prozent unter dem Vorjahreswert und sogar 21 Prozent unter dem Wert für April 2019.

Beantragte Regelinsolvenzen

Veränderung zum Vorjahr in %



Insolvenzantragspflicht ausgesetzt: 1 für Corona-Betroffene. 2 bei Überschuldung. 3 bei ausstehenden Hilfszahlungen. 4 Wiedereinsetzung Insolvenzantragspflicht. Quellen: Statistisches Bundesamt, Insolvenzbekanntmachungen.de



Beurteilung der Corona-Lage

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland sind für den Handel seit dem ersten Lockdown im März 2020 unberechenbar: Die Beschäftigungsquote ist mit Beginn des ersten Lockdowns gesunken (im April 2020: 402.000 Erwerbstätige weniger als im Vormonat) und das Bruttoinlandsprodukt des zweiten Quartals 2020 im Vergleich zum Vorquartal um 9,8 Prozentpunkte eingebrochen. Das Instrument der Kurzarbeit, die stabile Lage der Neubaubranche und Trends wie Cocooning, Homing und Homeoffice waren 2020 und sind nach wie vor eine wichtige Stütze für die Fachbereiche des HWB.

Die deutsche Wirtschaft erholte sich im Sommer 2020 wieder deutlich, nachdem sie im ersten Halbjahr 2020 im Rekordtempo geschrumpft war. Aufgrund des damit einhergehend erheblichen Arbeitsausfalls in den meisten Betrieben, arbeiteten im April/Mai 2020 rund 6 Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Kurzarbeit. In den Sommermonaten Juli/August 2020 lag diese Zahl bei rund 2,5 bis 3 Millionen und von September bis November bei durchgängig rund 2 Millionen Kurzarbeitern. Auch im Handel wurde dieses Instrument angewandt und konnte somit einen massiven Stellenabbau verhindern.

Angesichts der zweiten und dritten Infektionswelle im Winter 2020/2021, der damit verbundenen Eindämmungsmaßnahmen und dem in großen Teilen ausgefallenen Weihnachtsgeschäft, hat die Wirtschaftsentwicklung im Non-Food-Bereich erneut nachgegeben. Der Rückgang des Bruttoinlandsproduktes in den Wintermonaten um 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr unterstreicht diese Tendenz.

Der erneute Lockdown von Dezember 2020 bis ins Frühjahr 2021 und die daraus resultierenden wirtschaftlichen Verluste wurden durch die Überbrückungshilfe III und durch das Instrument der Kurzarbeit erneut aufgefangen. Voraussetzung für die staatlichen Hilfen sind Corona-bedingte Umsatzeinbrüche von mindestens 30 Prozent in jedem Monat im Zeitraum November 2020 bis Juni 2021 gewesen.

Der HWB hat sich während der Coronazeit über verschiedene Wege und Instrumente für seine Mitglieder eingesetzt und diese permanent informiert und beraten. Beispielsweise wurden tagesaktuelle, kuratierte Ausgaben des Corona-Infoletters an die Mitglieder verschickt, damit diese eine Orientierung und praktische Hilfestellungen für die wesentlichen Umsetzungsschritte bzgl. der Beantragung von Kurzarbeitergeld, Überbrückungshilfen, hygienischer Schutzmaßnahmen etc. bekommen. Zudem tauscht der HWB sich gemeinschaftlich mit dem HDE und den Landesverbänden des Einzelhandels in Besprechungsrunden über den aktuellen Handlungsbedarf auf Bundes- sowie auf Landesebene aus. Wichtig ist hierbei, Positionen und die fachliche Expertise aktiv zeitnah in die politische Diskussion einzubringen, um auf die Auswirkungen von politischen Maßnahmen bei den Handelsunternehmen hinzuweisen.

Hilfreich in diesen schwierigen Zeiten ist sicherlich auch, dass der Gesetzgeber von der Notwendigkeit des neuen Berufs „Kaufmann/-frau im E-Commerce“ überzeugt werden konnte, in dem seit August 2018 ausgebildet wird. Der HDE hat gemeinsam mit weiteren Trägern der beruflichen Bildung die Ausbildung ausgearbeitet und die Unternehmen deutschlandweit in Veranstaltungen der Kammern und über die Verbände informiert. Auch im Livingbereich wird eine stetig ansteigende Zahl junger Menschen in diesem Bereich ausgebildet.

Ein wichtiger Schritt im beschleunigten Zeitalter der Digitalisierung.

Sollte es im Herbst/Winter 2021 zu einer wiederholten Beeinträchtigung des Fachhandels kommen, wird der Handelsverband weiterhin mit seinen Verbündeten alles daransetzen, dass die Geschäfte geöffnet bleiben.



Die Entwicklung des Einzelhandels mit GPK, Hausrat und Geschenkartikeln

Die Branche für Tisch- und Küchenausstattung sowie Wohnaccessoires und Geschenkartikel vertreibt als Hauptwarengruppen Tischausstattung (Tavola), Küchenausstattung (Cucina) und Wohnaccessoires (Domus). Darüber hinaus werden Sortimente wie Garten/Outdoor, Elektrokleingeräte und Zusatzsortimente von KleinleDERwaren bis zu Geschenkartikeln geführt.

Das gesamte Marktvolumen belief sich im Jahr 2019 auf 5,3 Milliarden Euro (ohne Mehrwertsteuer). Gegenüber 2018 entsprach dies einem Zuwachs von 2,7 Prozent. Bei den Bereichen Tavola, Domus und Cucina gab es im Jahr 2019 Verschiebungen. Am besten schnitt in der Marktbeobachtung des IFH Köln der Bereich „Cucina“ mit einem Umsatzplus von 11 Prozent und einem Netto-Marktvolumen von 2,46 Milliarden Euro ab und war somit „das“ Wachstumsfeld. Hierzu zählen Küchenausstattung, Koch-, Brat- und Backgeschirr. „Tavola“ - Tafelgeschirr, Besteck und Gläser - folgten mit einem Wachstum von 2,8 Prozent, was einem Volumen von 1,3 Milliarden Euro entsprach. Lediglich die Nachfrage im Bereich „Domus“ fiel 2019 mit minus 4,8 Prozent und einem Netto-Volumen von 1,62 Milliarden Euro

schwächer aus. Hierzu zählen Wohnaccessoires, Dekoration und Geschenkartikel.

Das Marktvolumen der Elektro-Kleingeräte hat 2019 nach zwei schwächeren Jahren in Folge mit einer starken Wachstumsrate von 7,6 Prozent aufgeholt. Einerseits ist diese positive Entwicklung auf den Bevölkerungsanstieg auf mittlerweile über 80 Millionen Menschen zurückzuführen, andererseits gibt es neue Generationen von Küchenmaschinen sowie nach wie vor eine starke Nachfrage nach Kaffee-, Tee- und Espressoautomaten, die sich aus der hohen Innovationskraft in diesem Segment ergibt. Da Elektro-Kleingeräte überwiegend über den Elektro-Fachhandel vertrieben werden, sind diese Umsätze nicht im Marktvolumen von GPK- und Hausrat-Sortimenten erfasst.

Nach dem witterungsbedingten guten Gartenjahr 2018 verlief 2019 - wider Erwarten - wesentlich besser für den Outdoorproduktbereich als zu Jahresbeginn vermutet. Der Sommer 2019 war nach 2018 und 2003 der bisher drittwärmste seit Messbeginn. Davon profitierten die Sortimente Gartenausstattung und -dekoration erneut mit einem Umsatzplus von 2,21 Prozent bei

einem Netto-Marktvolumen von 1,84 Milliarden Euro und beflügelten auch diesbezügliche Umsätze der Fachgeschäfte. Auf der anderen Seite sank hitzebedingt die Kundenfrequenz in vielen Städten, was zu Umsatzausfällen führte, die in den übrigen Monaten des Jahres 2019 nicht ausgeglichen werden konnten.

Das Handelsformat der Fachgeschäfte stand 2019 wie im Vorjahr für 35 Prozent des Branchenumsatzes, der Möbelhandel für 14 Prozent, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte für 11 Prozent, Lebensmittelhandel und Discounter für 10 Prozent. Den Umsatzanteil von Internet-Pure-Playern wird mit 13 Prozent angegeben und bleibt 2019 auf Vorjahresniveau. Immerhin noch 9 Prozent machen die Kauf- und Warenhäuser aus. Welche Bedeutung sie im kommenden Jahrzehnt haben werden und wem möglicherweise Teile ihrer Umsätze zufließen werden, ist ungewiss. Alle anderen Vertriebskanäle konnten ihren Anteil am Gesamtumsatz halten.

Auf den ersten Blick überrascht es, dass der Bereich Versandhandel/Internet-Pure-Player 2019 keine zusätzlichen Anteile gewinnen konnte, denn der Kauf im Internet hat für viele Bundesbürger einen stetig steigenden Stellenwert. Doch ist der Anteil derjenigen stationären Einzelhändler, die zusätzlich online verkaufen, relativ hoch. Der Anteil des Onlinehandels wird für das Corona-Jahr 2020 und in Zukunft sicherlich höher ausfallen. Zwei Lockdowns und Kontaktbeschränkungen spielen diesem Vertriebsweg weiterhin in die Karten.

Der recht große Anteil des Möbeleinzelhandels als Vertriebskanal für GPK, Hausrat und Geschenkartikel rührt daher, dass sich die Sortimente stärker mischen und die Profile der Geschäfte sich immer stärker ändern. Auch in Fachgeschäften werden nicht nur Heimtextilien, Dekoration, Wohnaccessoires in das Sortiment aufgenommen und ausgebaut, auch Produkte der persönlichen Ausstattung wie Lederwaren, Schreibgeräte sowie hochwertige Lebensmittel und Gewürze finden ihren

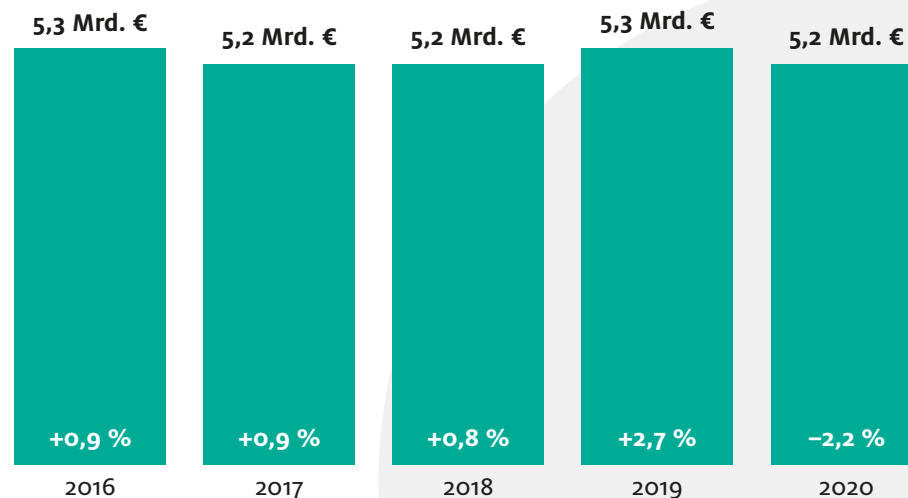
Weg in die Ladenlokale. Wer anspruchsvoll kocht, sucht nicht nur qualitativ hochwertige Töpfe, Pfannen, Messer und Küchenhelfer, sondern ist auch offen für Lebensmittelspezialitäten und schätzt Zubehör für die Kaffeebar.

Das Thema nachhaltiger Konsum ist mittlerweile in Deutschland allgegenwärtig und in der Mitte der Gesellschaft angelangt. Man legt großen Wert auf Qualität, nachvollziehbare Lieferketten, Produktionsbedingungen, natürliche Materialien und Qualität. Dieser „ökologische Lifestyle“ und der Wandel zu mehr Wertschätzung bietet den Konsumenten Orientierung und Abgrenzungsmöglichkeiten. Das Bewusstsein, dass gute Qualität ihren

Preis hat, schreckt den Verbraucher nicht mehr ab. Neben Nachhaltigkeit, Langlebigkeit und im besten Fall Individualisierbarkeit ist das Storytelling zum Produkt wichtiger denn je. Diese neue Art der Deckung des Verbraucherbedarfs ist ein wichtiger Wachstumstreiber für den expandierenden „Cucina“-Bereich, da viele Hersteller das Bedürfnis nach nachwachsenden, natürlichen Rohstoffen wie Holz, hoher Qualität und fairer Produktion erkannt haben und den Markt entsprechend bedienen. Hinzu kommt die hohe mediale Präsenz von Kochshows und Testimonials, die als redaktionell anmutendes Präsentationsvehikel für große Küchenzubehörmarken genutzt werden.

Marktvolumen Handel mit GPK- und Hausrat-Sortiment

in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: IFH Köln 2021



GPK/Hausrat

Umsatzentwicklung 2019/2020

Tavola -8,3 %

Domus

+0,1 %

Cucina

-0,4 %

Gesamtmarkt

-2,2 %

Quelle: IFH Köln 2021

Während im Jahr 2020 für manche Wirtschaftszweige der Corona-bedingte Konjunkturéinbruch zum Teil existenzbedrohend ausfiel, ist die GPK-Branche dank staatlicher

Hilfsmaßnahmen wie Kurzarbeit und Überbrückungshilfen und Trends wie Cocooning und Homing mit einem „blauen Auge“ davongekommen. Hinzu kam, dass

Themen wie private Zusammenkünfte und Kochevents daheim wieder in den Fokus der Verbraucher gerückt sind. Durch die geschlossene Gastronomie, Homeoffice und Homeschooling hat das Bewusstsein für gesunde und frische Ernährung und der Trend des Meal Prep in der Bevölkerung stark zugenommen. Dieser Wunsch wurde mit der Pandemie in vielen privaten Küchen, teilweise gezwungenermaßen, zur Realität und hat sich in der Nachfrage nach Zubehör für das Kochen und Backen (Cucina) widerspiegelt.

Das gesamte Marktvolumen belief sich im Jahr 2020 auf 5,2 Milliarden Euro (ohne Mehrwertsteuer). Gegenüber 2019 entsprach dies einem Verlust von 2,2 Prozent. In der Marktbeobachtung des IFH Köln erlitt der Bereich „Cucina“ ein leichtes Umsatzminus von 0,4 Prozent und erreichte ein Netto-Marktvolumen von 2,4 Milliarden Euro. Mit einem leichten Umsatzplus von 0,1 Prozent im Bereich „Domus“ stagnierte das Netto-Volumen nahezu bei 1,6 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau. Der Bereich „Tavola“ erlitt mit minus 8,3 Prozent die höchsten Verluste und kam auf ein Netto-Marktvolumen von 1,2 Milliarden Euro.

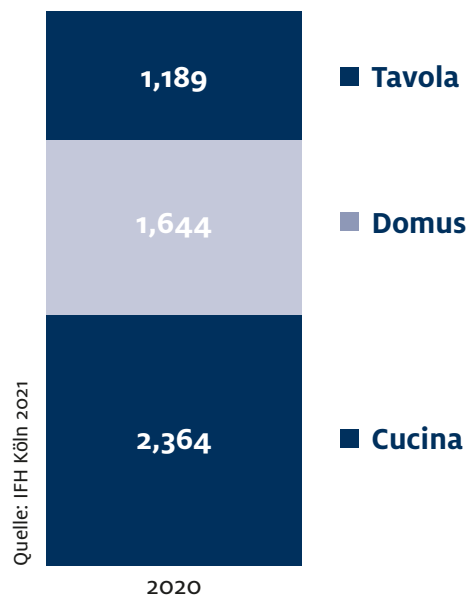
Das Jahr 2020 glich einem Katz- und Maus-Spiel: Immense Umsatzverluste als Folge des ersten Lockdowns konnten trotz Onlinekonkurrenz ansatzweise kompensiert werden. Zum einen lag das an einem erhöhten Nachholbedarf der Konsumenten, die bewusst mit größeren, beratungsintensiven Anschaffungen auf die Wiedereröffnung des lokalen Händlers gewartet hatten, zum anderen verschoben sich die Konsumausgaben, da die Reisemöglichkeiten stark eingeschränkt waren und die Gastronomie geschlossen war. Ende des Jahres fand die

Umsatzaufholjagd der GPK-Händler einhergehend mit dem zweiten harten Lockdown am 16. Dezember 2020 ein jähes Ende. Das Weihnachtsgeschäft, die umsatzstärkste Zeit des Jahres, wurde auf Kosten des stationären Handels arg beschnitten.

Angesichts der Corona-Pandemie sind Vorhersagen über die zukünftige Entwicklung des GPK-/Haushaltswaren-Marktes nahezu unmöglich geworden. Im optimalen Fall gibt es einen raschen Aufschwung, bei dem die Umsätze schon 2021 zulegen werden.

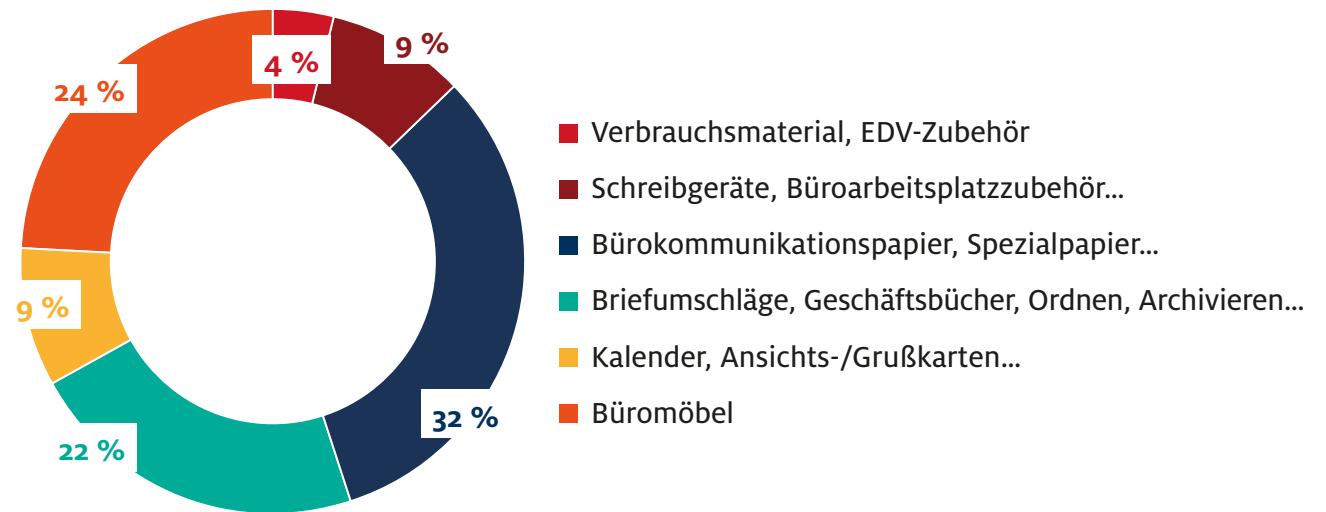
GPK/Hausrat: Verwendungsbereiche in Milliarden Euro

(ohne MwSt.)





PBS: Prozentualer Anteil der Hauptwarengruppen am Gesamtumsatz 2020



Quelle: IFH Köln 2021

Die Entwicklung der Bürowirtschaft

Das Jahr 2020 war für die Bürowirtschaft eine Herausforderung. Während der größte Teil des Non-Food-Einzelhandels und des Dienstleistungssektors ums Überleben kämpfte bzw. weiterhin kämpft, haben andere Bereiche Sonderkonjunkturen gefahren. Insgesamt liegt

der Gesamtbruttoumsatz der HBS-Branche nach Zahlen der Marktforscher des IFH Köln mit 11,7 Milliarden Euro im Jahr 2020 um etwa 12 Prozent unter dem Vorjahresumsatz. Das entspricht auch den Erwartungen des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur (HBS).

Während der PBS-Handel den ersten Lockdown im Frühjahr 2020 weitgehend gut verkraftete, so hat der Lockdown Light im November schnell die positiven Impulse aus dem Schulgeschäft zunichtegemacht, indem er massiv auf die Konsumausgaben der Verbraucher Einfluss nahm. Dennoch konnte der stationäre Fachhandel partiell vom Weihnachtsgeschäft partizipieren, bis dann den Händlern die Grundlage für ein gutes Weihnachtsgeschäft mit dem harten Lockdown ab Mitte Dezember völlig entzogen wurde. Mit einem Inzidenzwert von 35 wurde dann im Februar 2021 eine neue Grundlage für eine weitere Verlängerung des Lockdowns geschaffen und hat dem Handel respektive dem PBS-Fachhandel den Boden unter den Füßen weggezogen.

Der Handelsverband Büro und Schreibwaren (HBS) hat gesamtheitlich 2020/2021 auf die bundesweite Systemrelevanz des Schreibwarenfachhandels hingewiesen. Es ist erfreulich, dass zumindest in den Ländern Bayern, Baden-Württemberg und Berlin diese Systemrelevanz anerkannt wurde. Umso bedauerlicher ist, dass die übrigen Bundesländer alle diesbezüglichen Hinweise und Appelle ignorierten.

Die Auswirkungen des Homeoffices auf die Bürowelt

Homeoffice war und ist ein wichtiges Instrument in der Corona-bedingten Krise und wird voraussichtlich auch den Arbeitsalltag der Zukunft stark prägen. Eine Studie des IFO Instituts veranschaulicht die wachsende Bedeutung von Homeoffice während der Corona-Pandemie, wobei der Umfang der Heimarbeit von der Branche und der Unternehmensgröße abhängt:

- Gab es vor der Krise in 51 Prozent der Unternehmen Beschäftigte, die regelmäßig im Homeoffice arbeiteten,

sind es während der Corona-Pandemie rund 70 Prozent.

- Wenig überraschend ist, dass bereits vor der Krise in großen Unternehmen Homeoffice üblicher war als in kleinen Unternehmen. Fast alle großen Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten geben an, dass Mitarbeiter vom Homeoffice aus arbeiten.

Die Pandemie gilt als Treiber für die Umgestaltung der Arbeitswelt: Arbeitsprozesse wurden innerhalb kürzester Zeit digitalisiert, neue Kommunikationstools eingesetzt und digitale Kompetenzen ausgebaut. Allerdings ist es nicht in jedem Beruf und in jeder Branche möglich, von zu Hause aus zu arbeiten. Für die Bürobranche bedeutet dies, dass auch im zweiten Lockdown das mobile Arbeiten ein Teil der Krisenstrategie ist und viele Mitarbeiter sich ihren Arbeitsplatz zuhause eingerichtet haben. Im Firmenbüro stehen smarte Lösungen für die moderne Arbeitswelt im Fokus. Kompakte Küchen für das Büro, Möbel mit funktionalen Eigenschaften und Desksharing machen das Arbeiten flexibler. Eine umfangreiche After-Sales-Betreuung rundet das Leistungsspektrum ab. Darüber hinaus muss auch die Versorgung mit Büromaterialien gewährleistet sein. Auch hier kann der Fachhandel die Arbeitnehmer im Homeoffice ausstatten.

Das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft kommt für die Coronazeit bei den nachgefragten Produkten zur Umsetzung des Homeoffices zu folgenden Erkenntnissen: Gefragt waren mobile Endgeräte, die Möglichkeit der Sprach- bzw. Videoverbindung und bestmöglich die Unterstützung synchroner Konferenzanwendungen:

- Ausstattung bei Softwareumgebungen rund um Kommunikation (E-Mail, Chat, Fernzugriffe via VPN, Zoom, MS Teams etc.) mit annähernd 90 Prozent.
- Allerdings zeigen sich auch die Folgen der Coronaspezifischen Extremsituation: Ausstattungskomponenten des ergonomisch gut gestalteten, heimischen Arbeitsplatzes wie ein höhenverstellbarer Schreibtischstuhl oder Schreibtisch, oder ein zweiter, zumeist größerer

Bildschirm, hatten bisher nicht zur Standardausstattung gehört und wurden jetzt nach Bedarf beigesteuert.

Auch die GfK gibt an, dass rund zwei Drittel der im Homeoffice Arbeitenden ihre Ausstattung während des Lockdowns oder danach aufrüsten bzw. ergänzen. Besonders häufig genannt wurden dabei Bürostühle, Headsets und Computer (Notebook oder Desktop-PC).

Die Auswirkung des Homeoffice-Trends auf den Streckenhandel

Die Corona-Pandemie und die drastischen Beeinträchtigungen des öffentlichen Lebens erzwingen ein Umdenken beim Streckenhandel. Die Folgewirkung der Stärkung des Homeoffices führt dazu, dass der Streckenhandel seinen Ansprechpartnern veränderte Bestelloptionen bieten musste und erweiterte Warenkörbe (zusätzliche Hygieneprodukte, Schnelltests, FFP2-Masken) angeboten hat. Durch die Entsendung der Mitarbeiter ins Homeoffice wurden die Kontaktmöglichkeiten hin zur Nachfrageseite massiv eingeschränkt oder waren nicht mehr möglich. So entzogen sich zahlreiche Firmen von einem Tag auf den anderen den gelebten Vertriebs- und Kommunikationskanälen des Außendienstes. Aus den Homeofficearbeitern sind größtenteils Endverbraucher geworden, die sich privat bspw. im Distanzhandel/Internet eigenständig ihre Homeofficeeinrichtung gekauft haben. Laut einer Studie des Ipsos-Instituts ist die Beschaffungsquelle Nr. 1 für Bürobearbeitungsprodukte für das Homeoffice das Internet. 42 Prozent der befragten Heimarbeiter beziehen ihre Produkte aus Webshops und Online-Plattformen, 34 Prozent nehmen die Materialien aus dem Büro mit nach Hause, 27 Prozent kaufen ihr Material im Supermarkt



ein und 26 Prozent nutzen das lokale Fachgeschäft. Teile dieser Umsatzumschichtung sind unwiederbringlich verloren. Die Chance, diese Anteile wieder zurückzugewinnen tendiert gegen Null. Somit konnte der Streckenhandel das positive Ergebnis von 2019 nicht halten und kam in 2020 auf ein Minus von 10,5 Prozent.

Der Streckenhandel muss also verstärkt auf alternative Möglichkeiten zurückgreifen, um seine Kunden über Neuheiten zu informieren und den Bedarf an Büromaterial sowohl im Homeoffice als auch im klassischen Bürobetrieb bedienen zu können. Bisher fehlte dieser Kontakt zu den Heimarbeitnehmern. Die Herausforderung liegt nun darin, die Heimarbeitnehmer zu erreichen und den Kontakt zu intensivieren. Zukünftig können Kunden und Interessenten per Internet über Produkte informiert werden. Showrooms und Videos als virtuelle Verkaufsbühne können einen schnellen Überblick geben. Auch die Abbildung eines kompletten Workflows wäre möglich. Die Beratungsleistung via Videochat und die Anbindung an den Onlineshop des Fachhändlers über den internen Firmenzugang sind eine weitere Option. Entsprechend schnell muss darauf reagiert werden. Denn auch in 2021/2022 planen viele der Arbeitnehmer ihren Arbeitsplatz zu erweitern.

Führt der Homeoffice-Trend mittelfristig zur Reduzierung von Büroflächen?

Eine Umfrage von KPMG befasst sich mit dem Thema, wie die Pandemie die Arbeitswelt verändert und die Digitalisierung beschleunigt. 77 Prozent der befragten CEOs der Studie wollen ihre Mittel zur digitalen Zusammenarbeit und Kommunikation weiter ausbauen und 69 Prozent

gehen davon aus, dass ihr Unternehmen künftig weniger Büroflächen benötigen wird. Die CEOs erkennen an, dass die Erholung von der Pandemie nicht die Rückkehr zur „Normalität“ bedeutet. Stattdessen besteht die Chance, eine neue Zukunft zu definieren. Hier werden drei Aktionsbereiche entscheidend sein: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Vertrauen.

Einige Firmen wollen allerdings laut einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) ihre Räumlichkeiten umgestalten anstatt abzustoßen, um mehr Raum für Austausch und Kommunikation zu schaffen. Ungeachtet des Homeoffice-Booms wollen laut dieser Studie lediglich 6,4 Prozent der Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten ihre Bürofläche reduzieren. Der Dienstleistungsanteil im PBS-Handel wird weiterhin ansteigen. Dies hat zur Folge, dass sich der klassische PBS-Bereich zum einen künftig hybrider aufstellen muss und zum anderen neue, attraktive Produkte ins Sortiment mitaufnehmen sollte.

Schreib- und Schulgeschäft

Nach dem ersten Lockdown sah es noch so aus, als ob der PBS-Fachhandel die Krisenzeit gut kompensieren wird. Zumal nach der ersten Welle im Frühjahr eine Lockerung der Beschränkungen erfolgte und es dem Fachhandel möglich wurde, an dem für die Branche so wichtigen Schulgeschäft zu partizipieren. Gerade beim Schulranzenkauf ist eine fundierte und ausführliche Ergonomieberatung von Eltern und Schulkind wichtig. Die Beratung ist das A&O für einen stabilen und gesunden Rücken. Dies kann der Internethandel nicht leisten. Damit ist das Schulgeschäft der wichtigste Frequenz- und Umsatzbringer des Jahres, dicht gefolgt vom Weihnachtsgeschäft. Dabei diene die positive Entwicklung der Schülerzahlen als Umsatzverstärker. Zu Beginn des Schuljahres 2020/2021 wurden in Deutschland mit + 2,6 Prozent insgesamt 752.700 Kinder eingeschult.

Ausblick

Die HBS-Branche wird unter der Corona-Pandemie eine Neustrukturierung erfahren. Ob der Homeoffice-Trend eine zeitweilige Erscheinung bzw. eine Standardkomponente im Arbeitsleben wird, kann derweil nicht abgesehen werden. Inwieweit die Unternehmen ihre Büros für zurückkehrende Mitarbeiter vorbereiten können, ist aufgrund der aktuellen Coronalage nicht absehbar.

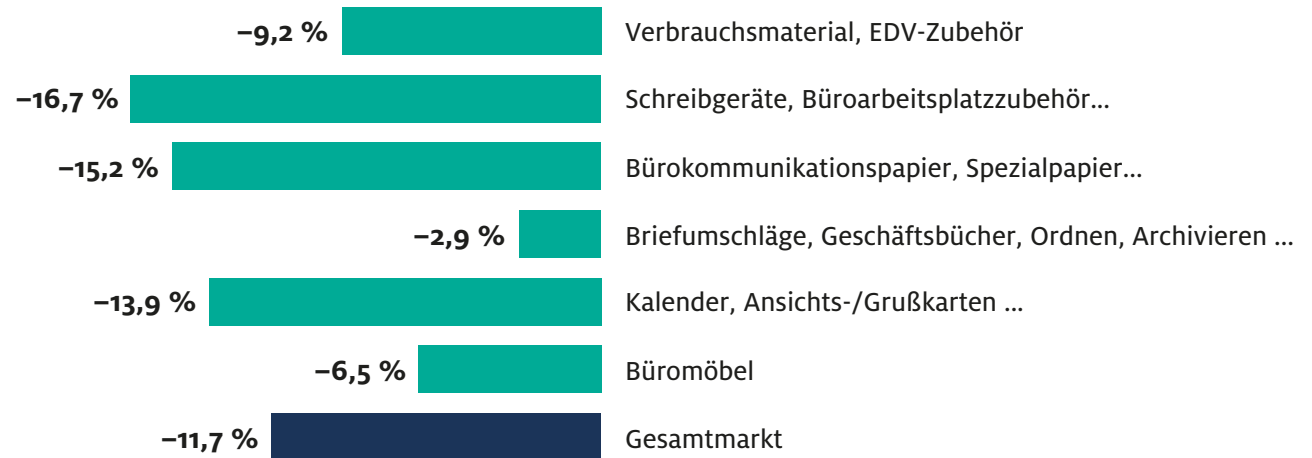
Nachhaltigkeit wird verstärkt als zentrales Thema begriffen und durchzieht die Gestaltung des Wohnraums ebenso, wie das Homeoffice. Denn sobald der Nachholbedarf in den ersten Monaten nach der Pandemie gedeckt ist, wird der Verbraucher deutlich bewusster leben und damit auch überlegter konsumieren.

Neue Wohn- und Arbeitskonzepte für kleine Flächen sind gefragt. Die Bürowelt von Morgen vereint einmal mehr den Wunsch nach Mobilität, Flexibilität und Kommunikation. Der Austausch im Kollegen- und Mitarbeiterkreis sowie die sozialen Kontakte bleiben gleichfalls Bestandteil unserer Berufswelt, wie die durch die Krise neugewonnene Flexibilität. So wird durchaus ein Teil unseres konzentrierten Arbeitslebens von zu Hause oder mobil erledigt, während die restliche Arbeitszeit für bspw. Besprechungen und Kreativmeetings im Büro verbracht wird.

Büromöbel, die sich in den vorhandenen Wohnraum integrieren und flexibel nach ergonomischen Gesichtspunkten einsetzbar sind, werden gefragt sein. Ging es in 2020 eher um Bedarfsdeckung als um Bedarfsweckung, so werden die Kunden schon bald wieder von den Ladengeschäften zum Stöbern und haptischen Erleben eingeladen und zum Kaufen animiert - beschleunigt vom lokalen Bewusstsein für den Handel vor Ort. Diesen neu gewonnenen Lokalpatriotismus für das Fachgeschäft um die Ecke, gilt es über die Pandemie hinaus zu transportieren.

PBS

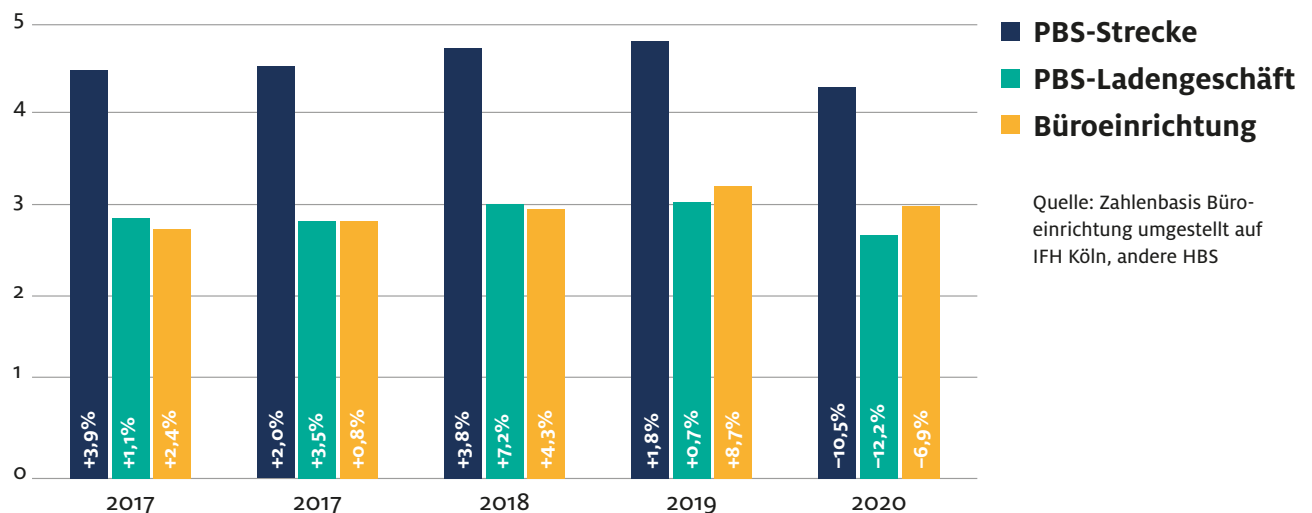
Umsatzentwicklung 2019/2020



Quelle: IFH Köln 2021

Bürowirtschaft

Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: Zahlenbasis Büroeinrichtung umgestellt auf IFH Köln, andere HBS



Die Entwicklung des Möbel- und Küchenhandels

Der Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel hat 2019 den Umsatz des Vorjahrs um rund 2,3 Prozent übertraffen und liegt mit rund 28,3 Milliarden Euro Jahresnettoumsatz auf hohem Niveau.

Mit der internationalen Möbelmesse imm cologne im Januar 2020 rückten die Lifestylethemen "Wohnen und Einrichten" wieder verstärkt in den Fokus des öffentlichen Interesses. Doch es sollte, wie wir inzwischen leidvoll erfahren haben, völlig anders kommen. Ein mikroskopisch kleines Virus wirbelte die Weltwirtschaft durcheinander, wie seit vielen Jahren nicht mehr. Aufgrund der COVID19-Pandemie und des damit einhergehenden Lockdowns im nahezu gesamten deutschen Einzelhandel, musste auch der Möbel- und Küchenhandel im Frühjahr 2020 massive Umsatzeinbrüche hinnehmen. Insbesondere in den Monaten März und April 2020 gingen die Umsätze laut Destatis um 30 bzw. sogar 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum zurück.

Seitdem ist für 2020 ein merkliches Anziehen der Konjunktur über den Sommer hinweg im Möbel- und Küchenhandel zu verzeichnen. Es ist zu beobachten, dass nach dem Lockdown im Frühjahr 2020 viele Kunden in die Geschäfte kamen und bereit waren, Geld für neue Einrichtungen auszugeben, nachdem sie zwei Monate intensiv zu Hause verbracht und festgestellt haben,

dass neue Möbel den Aufenthalt zu Hause angenehmer machen würden. Da die Bevölkerung zum großen Teil nur eingeschränkt oder überhaupt nicht in den Urlaub fahren konnte, stand entsprechendes Budget zur Verfügung, um größere Anschaffungen im Bereich Küche und Wohnmöbel zu tätigen. Trends wie Cocooning und das Arbeiten in den eigenen vier Wänden verstärkten diesen Effekt. Hinzu kommt, dass für den Verbraucher Themen wie Nachhaltigkeit, Qualität, natürliche Materialien und Langlebigkeit zunehmend kaufentscheidende Argumente sind, die einen höheren Anschaffungspreis legitimieren. Gerade bei hochpreisigen Gütern hat sich die zeitlich begrenzte Senkung der Mehrwertsteuer positiv auf die Kaufentscheidung ausgewirkt. In der hochpreisigen Lage ließen sich dadurch mehrere hundert Euro beim Möbel-/Küchenkauf sparen. Diese positive Stimmung galt es mitzunehmen.

Der bisherige Wettbewerb zwischen Urlaub und Möbelkauf ging damit in 2020 aufgrund der stark eingeschränkten Urlaubs- und Reisemöglichkeiten zugunsten des Möbel- und Küchenhandels aus und rückte die Zahlen zumindest ein wenig zurecht. Der Möbel- Küchen- und Einrichtungshandel konnte trotz aller widrigen Umstände einen Jahresnettoumsatz von rund 29,2 Milliarden Euro erwirtschaften. Somit ist der Möbel-, Küchen- und

Einrichtungsfachhandel weder Gewinner noch Verlierer des Coronajahres 2020.

Laut Bauindustrie und ZDB dürfte der Wohnungsbau, einer der wichtigsten Indikatoren für die Möbelbranche, am besten durch die Corona-Krise kommen und 2020 ein nominales Umsatzwachstum von 4 Prozent erreichen, das 2021 mit 3 Prozent nur geringfügig niedriger ausfallen dürfte. Mit einem Umsatz von 52,6 Milliarden Euro wird der Wohnungsbau auch 2021 die wichtigste Bauparte bleiben. Hinzu kommt, dass die Haupttriebfeder der Wohnungsbauaktivitäten in den vergangenen Jahren, nämlich das äußerst niedrige Zinsniveau, auch weiterhin Bestand haben wird. Die Attraktivität von Investitionen im Wohnungsbau bleibt also ungebrochen.

Durch den weiteren Lockdown im Winter/Frühjahr 2021 durften die Möbelfachgeschäfte erneut nicht öffnen und konnten wiederum wenig bis keinen stationären Umsatz generieren. Stöbern, sich inspirieren lassen, das Testen und Erleben der Ware in den Ladengeschäften war für den Verbraucher nicht mehr möglich. Die Instrumente Click & Collect und Click & Meet ersetzen bzw. ergänzen den „normalen“ Einkauf im Fachhandel. Zwar konnten damit nicht die Umsätze wie gewohnt erzielt werden, jedoch waren die Öffnungsschritte nach Matrix-Zahlen eine Perspektive, bis im Sommer die Inzidenzwerte unter 50 und sogar bis unter 10 fielen. Das bedeutete, dass eine Normalisierung im Non-Food-Sektor eingetreten ist und viele Kunden im stationären Handel wieder einkauften.

Neben dem klassischen Einkauf im stationären Einzelhandel verbuchte der Onlinehandel bereits während oder aufgrund des Lockdowns Steigerungsraten um bis zu 25 Prozent. Gut, wer dies frühzeitig erkannt hatte und rechtzeitig in den Ausbau des Onlinevertriebs investierte. Insgesamt betrachtet gewinnt der Onlinehandel mit Möbeln weiter an Bedeutung. Gut 2,97 Milliarden Euro netto, also rund zehn Prozent des Gesamtumsatzes, wurden schon in 2019 mit Möbeln, Küchen und Einrichtungsgegenständen

erwirtschaftet. Hierbei beteiligen sich inzwischen auch zunehmend klassische stationäre Händler, die bislang den Online-Pure-Playern weitgehend das Feld überlassen hatten.

Laut IFH ist 2020 der Gewinner im gesamten Möbelmarkt sowohl kurz- als auch langfristig der Küchenmarkt. Küchen sind der größte Ausgabenblock in deutschen Eigenheimen. Für den Bereich Küche wurde 2020 ein Wachstum von rund 8 Prozent erzielt, was zu einem Marktanteil von rund 40 Prozent führt (Küche inkl. Elektrogeräte). Der BVDM rechnet für 2021 mit einem stagnierenden bis leichten Anstieg bei den Umsätzen im Segment der Polstermöbel. Der Marktanteil liegt weiterhin bei rund 17 Prozent. Der Marktanteil von Schlafzimmern und Wohnmöbeln liegt konstant bei 8 Prozent bzw. 6 Prozent und von Matratzen bei 3 Prozent.

Für den Handel sind digitale Angebote insbesondere dort interessant, wo Wohnräume und Küchen virtuell dargestellt werden, Produkte ganz konkret in diese Welten positioniert und mit unterschiedlichen Farben und Materialien gezeigt werden. Hier gibt es immer mehr Unternehmen, die sich in den vergangenen zwölf Monaten mit Augmented/Virtual Reality, der computer-gestützten Wahrnehmungserweiterung, in die Öffentlichkeit begeben haben. Der BVDM sieht dies als attraktive Ergänzung zur persönlichen Beratung, die das Vorstellungsvermögen unterstützt.

Gleichwohl sind Möbel und Küchen Produkte, die grundsätzlich stationär gekauft werden. Niemand käme auf die Idee, sich eine Auswahl von Möbeln liefern zu lassen, um sie - wie Bekleidung - größtenteils wieder zurückzuschicken. Daher geht der BVDM von langfristig bis zu 20 Prozent reinem Onlineanteil aus. Wobei durch die zunehmende digitale Präsenz von Möbelkonzernen eine Abgrenzung zwischen stationärem Geschäft und Distanzhandel nur schwer möglich ist. Das Medium des Kaufabschlusses – im Geschäft oder online oder in Kombination

beider - kann für eine Abgrenzung nicht mehr herangezogen werden.

Allerdings wird das Informations- und Einkaufsverhalten in Deutschland immer hybrider. Bislang galt die Annahme, dass sich die Kaufkraft immer mehr in die Peripherie der Städte verlagert, dorthin, wo die großen Möbelmärkte und Möbeldiscounter angesiedelt sind. Sofern es sich nicht um Möbelhäuser, Autohändler und Baumärkte handelt, von denen keine Integration in Siedlungsgebiete verlangt wird, würden Einkaufszentren die Konsumenten anziehen. Heute gibt es eine klare Präferenz jüngerer Käuferschichten zu hippen Standorten in florierenden Städten. Selbst für Möbel und Küchen muss es eine Erreichbarkeit ohne Auto geben, verbunden mit der Zustellung der Ware. Erst wenige Unternehmen der Branche haben darauf eine Antwort. Der europäische Marktführer steuert sein Geschäftsmodell deutlich um. Er sucht keine neuen, großformatigen Standorte mehr. Er geht mit kleineren Einheiten zu den Menschen in die Städte. Was der Kunde nicht bequem mitnehmen kann, wird ihm nach Hause geliefert. Das spart teure innerstädtische Logistikfläche und führt zu einer neuen Art der Kalkulation.

Hinzu kommt, dass es schwierig geworden ist, die zunehmende Kaufkraft der Bevölkerung auf die Branche zu lenken. Die Einrichtungswirtschaft hat einen harten Konkurrenten bekommen: Die Entwicklung der Wohnkosten. Die ungesunde Steigerung der Kauf- und Mietpreise für Wohnungen und Häuser, die Kostensteigerungen bei Strom, Gas und Wasser, die hohen Grunderwerbssteuern binden Kaufkraft, die in Möbel und Küchen nicht investiert werden kann. Darüber hinaus sinkt die Bereitschaft zum Umzug, denn jeder neue Kauf- und Mietvertrag ist mit schmerzhaften Mehrkosten verbunden. Wo weniger Wohnungen neu bezogen werden, wird weniger für eine neue Einrichtung ausgegeben.

Die Möbel- und Küchenbranche ist eine generell mittelständisch geprägte Einzelhandelsbranche, auch wenn die



Konzentration fortschreitet und vor allem Großunternehmen wachsen. Der Anteil der Familienunternehmen oder solcher Unternehmen, wo Familien das Kapital in Stiftungen überführt haben, ist hoch. Das Engagement von Kapitalinvestoren im Handel ist unterproportional, an der Börse spielt der Möbelhandel kaum eine Rolle.

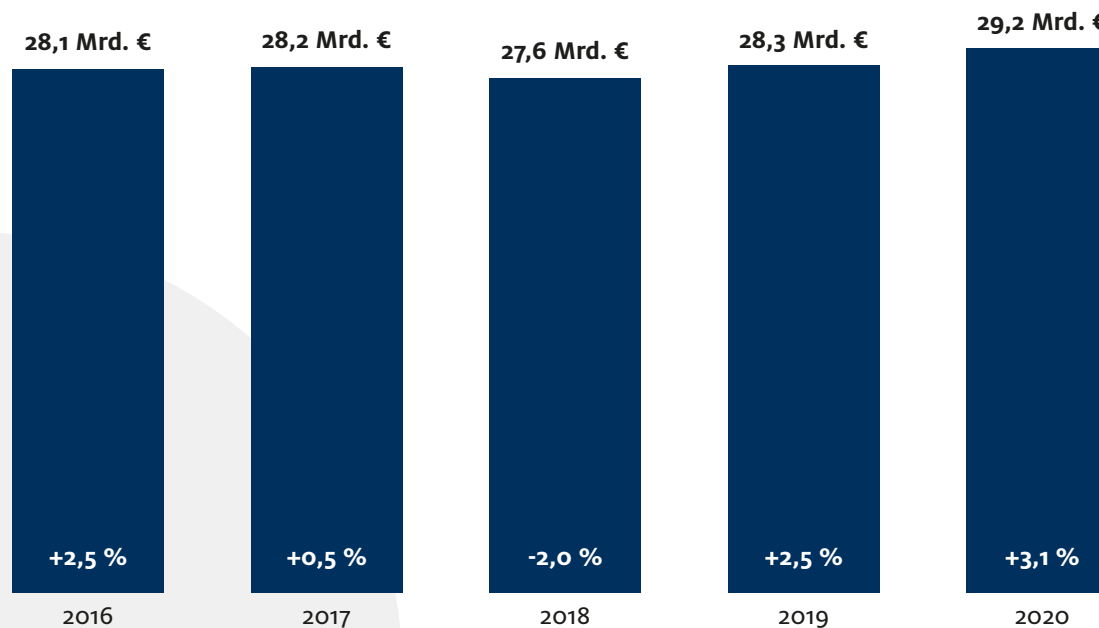
Dies liegt vor allem an der Stärke der Einkaufsverbände, in denen mehr als 80 Prozent aller Handelsbetriebe mit mehr als 60 Prozent des Branchenumsatzes organisiert sind. Dazu zählen mittlerweile fast alle in Deutschland und Österreich

marktführenden Unternehmen. Hinzu kommt eine Konsolidierung unter den Verbundgruppen, wo auch die traditionelle Trennung zwischen Möbelhäusern, Vollsortiment und spezialisierten Küchenhändlern immer stärker überwunden wird.

Der Flächenzuwachs hat sich im vergangenen Jahr weiter abgeschwächt: Es wird weniger neu gebaut, es werden häufiger bestehende Standorte und Flächen übernommen. Insgesamt verfügt der deutsche Möbelhandel über rund 23 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche. Hiervon werden über 6 Millionen Quadratmeter

Möbel und Küchenhandel

Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: BVDM-Berechnungen auf Basis von IFH Köln-Daten

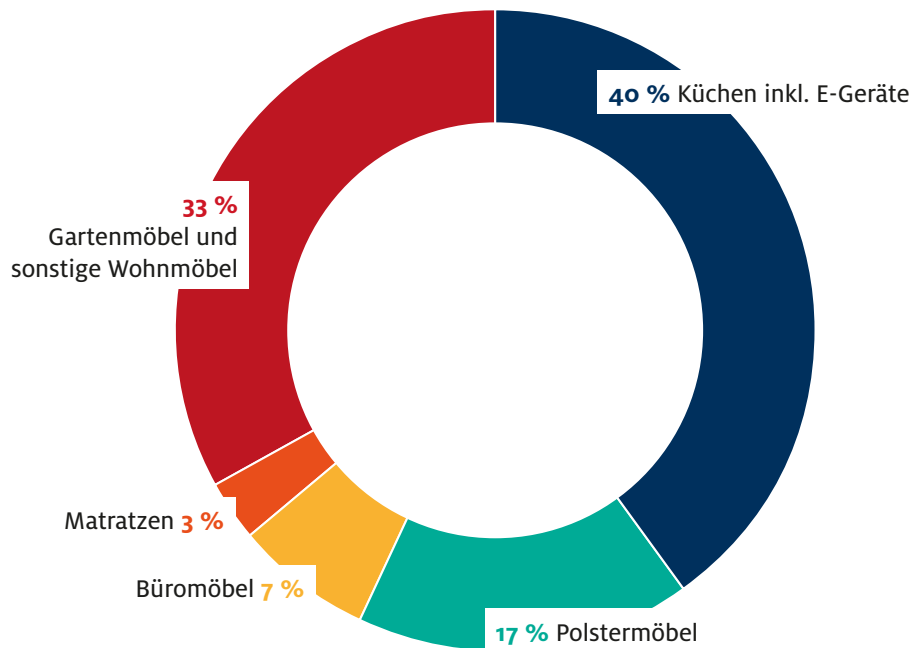
– das ist ein Viertel der Fläche - von 170 Häusern mit mehr als 25.000 Quadratmetern Verkaufsfläche betrieben.

Betrachtet man die Sortimentsbereiche, so sind Küchenmöbel mit 26 Prozent Umsatzanteil die stärkste Warengruppe. Zweitgrößte Warengruppe sind die Polstermöbel mit 22 Prozent, gefolgt von den Schlafzimmern mit 13 Prozent, wobei Boxspringbetten unverändert Verkaufsschlager - allerdings zu Lasten der sonstigen Schlafzimmern - sind. Wohnzimmermöbel runden das Bild mit elf Prozent Umsatzanteil ab.

Ausblick

Für 2021 erwartete der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) eine insgesamt schwächere Nachfrage und rechnet mit sinkenden Umsätzen, da die ersten Monate von Januar bis April 2021 durch einen erneuten Corona-Lockdown zu Umsatzeinbußen führten. Zudem wird das Leben immer teurer. Im Vergleich zum Jahr 2020 liegt die Inflationsrate im Herbst 2021 bei 4,1 Prozent, so berichtet es das Statistische Bundesamt auf Basis vorläufiger Berechnungen

Möbel: Prozentualer Anteil der Hauptwarengruppen am Gesamtumsatz 2020



Quelle: IFH Köln 2021

Top Ten der Möbelhändler

1. IKEA
2. XXXLutz inkl. POCO
3. Höffner Gruppe
4. Otto Versand
5. Tessner Gruppe
6. Porta
7. Dänisches Bettenlager
8. Segmüller
9. Amazon
10. Möbel Martin



Der Onlinehandel: Störfaktor oder Heil in der Krise für den stationären Fachhandel?

Laut IFH Köln liegt das prozentuale Wachstum des Onlinehandels in Deutschland 2020 zwischen 15 und 26 Prozent, das Onlinevolumen wird auf 80 bis 88 Milliarden Euro wachsen. Somit wird sich das absolute Umsatzwachstum des Onlinehandels mindestens verdoppeln.

Das IFH informiert zudem, dass man sich auch im B2B-Handel Gedanken über mehrwertliefernde Konzepte und Services macht:

- 59 Prozent der Großhändler haben erkannt, dass die reine Handelsmarge in Zukunft nicht mehr zum Überleben des Geschäftsmodells ausreichen wird.
- Über die Hälfte (63 Prozent) erhofft sich, den Umsatz durch Services oder Dienstleistungen steigern zu können.
- Das größte Potenzial bieten hier Möglichkeiten zum schnellen und einfachen Bestellen sowie digitale Aftersale-Services. So ändert sich im B2C- wie B2B-Bereich das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden dramatisch – unter anderem durch direkte Bestellungen

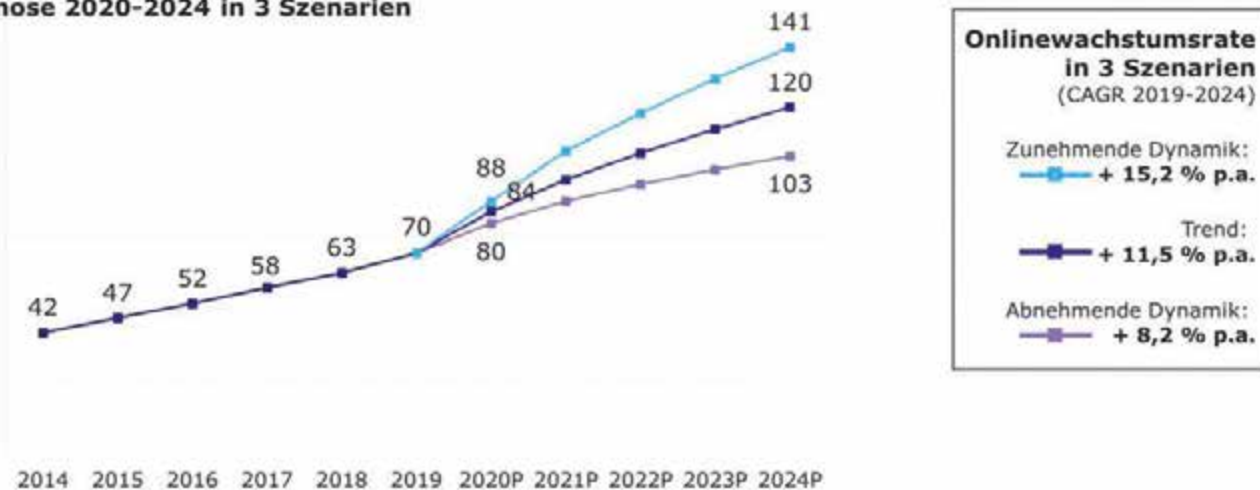
beim Hersteller (D2C) oder durch eine stärkere Nutzung von Online-Plattformen.

Auch der Einzelhandel hat in diesen Bereichen Erfahrungen gemacht. Hervorzuheben ist hier der Anwendungsbereich von Click & Collect und Click & Meet. Besonders beim Letzteren konnte die Beratungsleistung sehr gut greifen. Die Krise lehrte dem stationären Fachhandel eines: Nur wer wandlungsfähig bleibt und bereit ist, sich den wechselnden Rahmenbedingungen anzupassen, kann seine Position im Markt behaupten. Das verlangt wiederum nach kreativen Ideen, Dienstleistungsstärke und das Wissen um den Kunden. Für den Handel war es in Zeiten des notwendigen Social Distancing allerdings nur begrenzt möglich, einen Erlebniskauf in der Innenstadt anzubieten. „Buy Local“ ist ein wichtiges Instrument, um Konsumenten für die Auswirkungen ihrer Kaufentscheidungen zu sensibilisieren. Denn der lokale Einkauf hat konkrete Auswirkungen auf die Lebensqualität in ihrer eigenen Region.

Szenario Umsatzentwicklung Onlinehandel (inkl. FMCG)

Die Prognose für den Onlinehandel 2024 (inkl. FMCG) beläuft sich im Trend-Szenario auf ca. 120 Mrd. Euro – bei zunehmendem Wachstum können gut 141 Mrd. Euro erreicht werden.

Onlineumsatz (inkl. FMCG; in Mrd. Euro)
Prognose 2020-2024 in 3 Szenarien



INFO Angaben 2014-2019 auf Basis HDE Online-Monitor 2020; dargestellt sind die vom IFH KÖLN umgerechneten Bruttowerte; Konsumgüter B2C zu Endverbraucherpreisen, ohne Dienstleistungen; (P) Prognose

Quelle: IFH KÖLN: Branchenreport Onlinehandel 2020, Köln, 2020.

Jahreshighlights

GPK
Handelsverband
Koch- und Tischkultur

Die Preisträger des DINEUS 2020





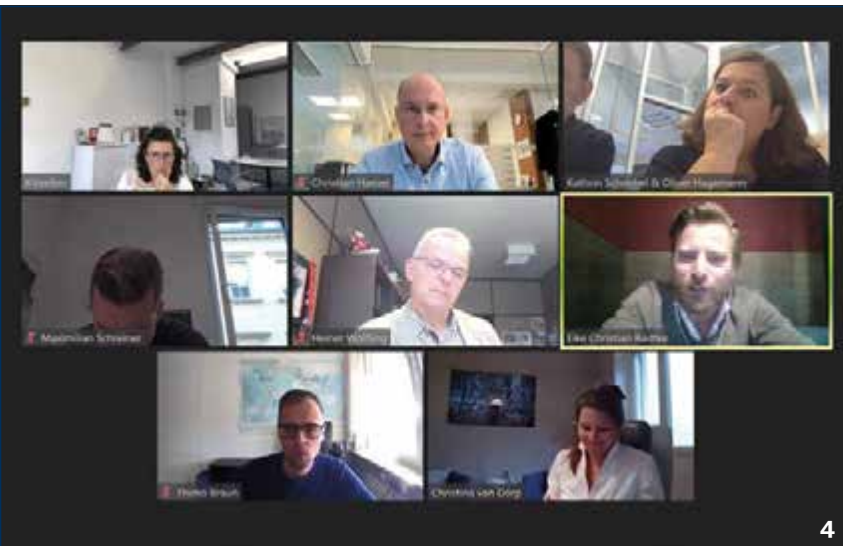
5. Die Sommer-Nordstil 2021 in Hamburg © Messe Frankfurt Exhibition GmbH/Jean-Luc Valentin, 6. DINEUS 2020

1+2. Ambiente 2020, 3. Am Stand des Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) auf der Ambiente 2020, 4. Erfa-Exkursion 2019 nach Amsterdam



1. Pressekonferenz des Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) auf der Ambiente 2020,
2. Kick off-Meeting der GPK Summit-Task Force 2020 in Köln,
3. Brainwriting auf dem GPK Summit-Kick off-Meeting 2020





4



5



6



7

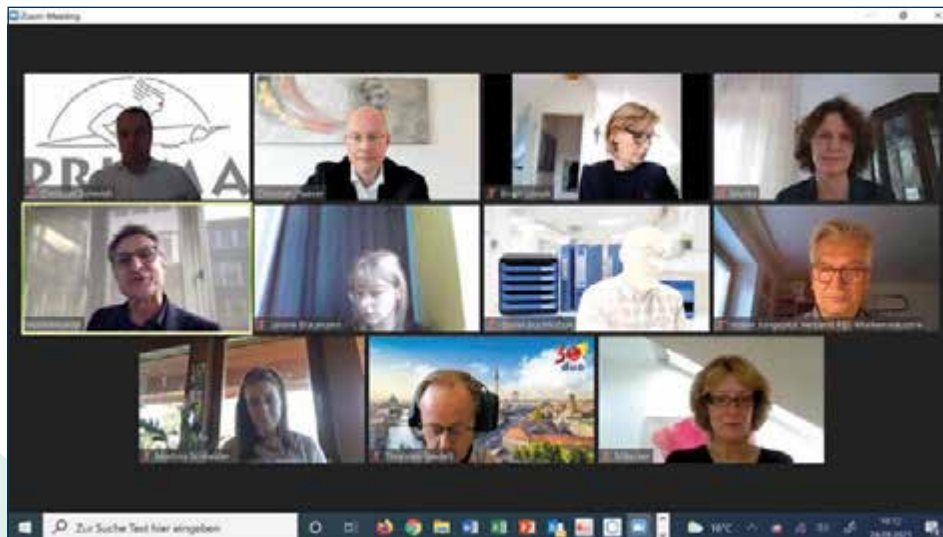


8

- 4. Videocall mit der Task Force,
- 5. Die Sommer-Nordstil 2021 in Hamburg © Messe Frankfurt Exhibition GmbH/ Jean-Luc Valentin,
- 6. Die Sommer-Nordstil 2021 in Hamburg,
- 7. Corona-konforme Verabschiedung von Thomas Grothkopp auf der GPK-Präsidiumssitzung 2020,
- 8. Präsidiumssitzung des Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) in Köln 2020



1



2



3



4

5



1. Videokonferenz des HBS-Arbeitskreises „Nachhaltigkeit“,
2. Lehrgang zum „Zertifizierten Fachberater PBS“ in der Aula der MöFa,
3. Lehrgang zum „Zertifizierten Fachberater PBS“ in der MöFa,
4. Lehrgang zum „Zertifizierten Fachberater PBS“ in der MöFa,
5. Die Kursleitung des „Zertifizierten Fachberater PBS“ Malgorzata Torandt (l.) & Martina Kobabe (r.)

6. Pressekonferenz des Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) auf der Paperworld 2020,
7. Feierliche Übergabe der Zertifikate des PBS-Fachberaterkurses auf dem HBS-Messestand auf der Paperworld 2020



6



7



8



9



10

8. Medienvertreter am Gemeinschaftsstand der Prisma AG und des HBS auf der Paperworld 2020,
9. HBS-Präsidiumssitzung im Februar 2020 in der Kölner MöFa,
10. Paperworld 2020 © Messe Frankfurt Exhibition GmbH/
Jens Liebchen

1. Unterzeichnung des Letter of Intent durch Markus Meyer - MöFa-Vorstand & BVDM-Präsidiumssprecher - und Elmar Duffner - VDM-Präsident,
2. Besichtigung der MöFa, BVDM & VDM,
3. Stand des Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) auf der imm cologne 2020,
4. BVDM-Treff am Messestand auf der imm cologne 2020



1



2



3



4



5

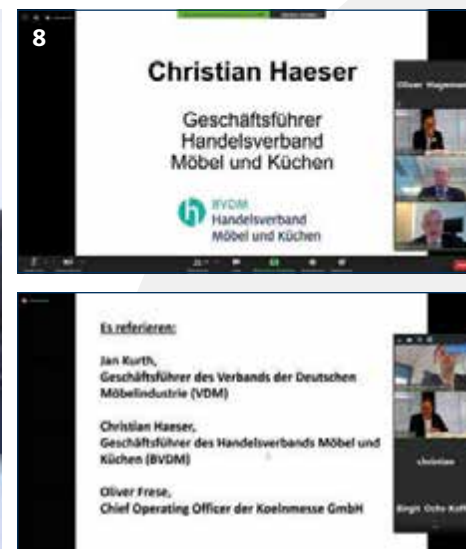


- 5. imm cologne 2020
© Koelnmesse GmbH,
Jens Kirchner,
- 6. Pressekonferenz
des BVDM gemeinsam
mit dem VDM und der
Koelnmesse im Vorfeld
der imm cologne 2020,
- 7. Präsidiumssitzung des
Handelsverband Möbel
und Küchen (BVDM)
im Februar 2020,
- 8. Online-Pressekonferenz
des BVDM gemeinsam
mit dem VDM und der
Koelnmesse 2021,
- 9. Das BVDM
Möbeltaschenbuch 2021

6



7



8



9



Infosheet

Verordnungen der Bundesländer, Kurzarbeit, Notfallfonds, Liquidität, Insolvenzantragspflicht, Annahmeverpflichtung, Geschäftsschließungen, Maßnahmen gegen das Infektionsrisiko



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-11
Fax: 0221/94083-90

christian.haeser@hwb.online
www.wohnenundbuero.de

Stand: 18. März 2020 (11:30 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf.

Der HWB nimmt an den täglichen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Fragen des HWB eingebracht und erörtert.

Übersicht der Allgemeinverfügungen, Verordnungen der einzelnen Bundesländern

Baden-Württemberg: http://tiny.cc/Corona_BW

Bayern: http://tiny.cc/Corona_Bayern

Berlin: http://tiny.cc/Corona_Berlin

Brandenburg: http://tiny.cc/Corona_Brandenburg

Bremen: http://tiny.cc/Corona_Bremen

Hamburg: http://tiny.cc/Corona_Hamburg

Hessen: http://tiny.cc/Corona_Hessen

Mecklenburg-Vorpommern: http://tiny.cc/Corona_MV

Niedersachsen: http://tiny.cc/Corona_NI

Nordrhein-Westfalen: http://tiny.cc/Corona_NRW

Rheinland-Pfalz: http://tiny.cc/Corona_RP

Saarland: http://tiny.cc/Corona_SL

Sachsen: http://tiny.cc/Corona_Sachsen

Infosheet Nr. 2

- Sonderprogramm KfW
- FAQs des BMAS zu Kurzarbeitergeld (Kug)
- Muster Zusatzvereinbarung Kug
- Bescheinigung Berufspendler
- Bescheinigung Grenzregion
- Gewerbemieten
- Soforthilfe Einmannbetriebe/Kleinstunternehmen
- Öffnungsverbote
- Händlerprogramm ebay

Stand: 24. März 2020 (14:30 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den täglichen Konferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik, teil. Dort werden auch die Fragen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-11
Fax: 0221/94083-90

christian.haeser@hwb.online
www.wohnenundbuero.de

Infosheet Nr. 4

1. Beschränkungen des öffentlichen Lebens zur Eindämmung der COVID19-Epidemie – Bund/Länder Maßnahmen
2. KfW Schnellkredit für Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitern
3. Vorsicht Phishing – Die Corona-Krise als Köder
4. Arbeitsschutz & COVID-19
5. HDE-Initiative – <http://www.handelstleben.de/>

Unsere Infosheets Nr. 1 (Stand: 19.03.2020), Nr. 2 (Stand: 24.03.2020) und Nr. 3 (Stand: 02.04.2020) stehen unter <http://www.bwb-online.de/bwb/corona.html> weiterhin zum Download zur Verfügung.

Stand: 16. April 2020 (13:00 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB

nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hw@hwb.online
www.wohnenundbuero.de

Infosheet Nr. 5

1. Einheitlicher Arbeitsschutz gegen das Coronavirus
2. Kann das neuartige Coronavirus über Lebensmittel und Gegenstände übertragen werden?
3. Hygiene- und Verhaltensregeln bei Ladenöffnung
4. HDE: Der Einstieg in den Ausstieg: Was ist jetzt zu tun?
5. Mund- und Nasenschutzpflicht
6. Aushänge zum Download und Selbstausdruck
7. Kurzarbeitergeld – Update

Unsere Infosheets Nr. 1 bis 4 stehen unter <http://www.bwb-online.de/bwb/corona.html> weiterhin zum Download zur Verfügung.

Stand: 23. April 2020 (12:00 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB

nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Infosheet Nr. 3

1. Anwendungsfragen des Infektionsschutzgesetzes
2. EXIT-Strategie aus der Corona-Krise
3. Lieferscheine – Wie ist hiermit umzugehen?
4. Mittelstand 4.0 – Kompetenzzentrum Handel (HDE)

Unsere Infosheets Nr. 1 (Stand: 19.03.2020) und Nr. 2 (Stand: 24.03.2020) stehen unter <http://www.bwb-online.de/bwb/corona.html> weiterhin zum Download zur Verfügung.

Stand: 2. April 2020 (13:00 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hw@hwb.online
www.wohnenundbuero.de

Infosheet Nr. 6

1. Signal Iduna: Partner des Fachhandels in der Krise
2. Passantenzahlen der Innenstädte
3. Steuern – FAQs des Bundesministeriums für Finanzen
4. Webinar „Liquiditätssicherung & Finanzierungshilfen“ am 7. Mai

Unsere Infosheets Nr. 1 bis 5 stehen unter <http://www.bwb-online.de/bwb/corona.html> weiterhin zum Download zur Verfügung.

Stand: 5. Mai 2020 (14:00 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hw@hwb.online
www.wohnenundbuero.de

Infosheet Nr. 7

1. Konjunkturprogramm des Bundes in der Corona-Krise
2. Antrag auf Entschädigung nach dem Infektionsschutzgesetz jetzt online möglich
3. Sozialschutzpaket II
4. HDE und ZIA entwickeln Verhaltenskodex bei Gewerbetrieben in der Corona-Krise
5. Quarantäne bei Einreisen nach Deutschland

Unsere Infosheets Nr. 1 bis 6 stehen unter <http://www.hwb-online.de/hwb/corona.html> weiterhin zum Download zur Verfügung.

Stand: 4. Juni 2020 (11:30 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema zur Verfügung.



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hwb@hwb-online.de
www.hwb-online.de

Infosheet

Verordnungen der Bundesländer, Kurzarbeit, Notfallfonds, Liquidität, Insolvenzantragspflicht, Annahmeverpflichtung, Geschäftsschließungen, Maßnahmen gegen das Infektionsrisiko

Stand: 19. März 2020 (15:30 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den täglichen Konferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Fragen des HWB eingebracht und erörtert.

Übersicht der Allgemeinverfügungen, Verordnungen, Erlasse etc. in den einzelnen Bundesländern

Baden-Württemberg: http://tiny.cc/Corona_BW

Bayern: http://tiny.cc/Corona_Bayern

Berlin: http://tiny.cc/Corona_Berlin

Brandenburg: http://tiny.cc/Corona_Brandenburg

Bremen: http://tiny.cc/Corona_Bremen

Hamburg: http://tiny.cc/Corona_Hamburg

Hessen: http://tiny.cc/Corona_Hessen

Mecklenburg-Vorpommern: http://tiny.cc/Corona_MV

Niedersachsen: http://tiny.cc/Corona_NI

Nordrhein-Westfalen: http://tiny.cc/Corona_NRW

Rheinland-Pfalz: http://tiny.cc/Corona_RP

Saarland: http://tiny.cc/Corona_SL

Schleswig-Holstein: http://tiny.cc/Corona_SH

Sachsen: http://tiny.cc/Corona_Sachsen

Sachsen-Anhalt: http://tiny.cc/Corona_Sachsen_Anhalt

Thüringen: http://tiny.cc/Corona_TH

<https://bit.ly/38WD5gn>

(Die Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit)



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-11
Fax: 0221/940 83-90

hwb@hwb-online.de
www.hwb-online.de

Aktuelle Übersicht der Allgemeinverfügungen, Verordnungen, Erlasse etc. in den einzelnen Bundesländern

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Folgenden haben wir Ihnen eine kurze Übersicht mit Direktlinks erstellt, die zu den Coronaverordnungen der einzelnen Bundesländer führt.

Unsere Infosheets Nr. 1 bis 8 stehen weiterhin unter www.hwb-online.de/coronahilfen zum Download zur Verfügung.

Stand: 17. Dezember 2020 (9:30 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Koch- und Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Baden-Württemberg

<https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/aktuelle-infos-zu-corona/aktuelle-corona-verordnung-des-landes-baden-wuerttemberg/>

Bayern

<https://www.stmfp.bayern.de/coronavirus/rechtsgrundlagen/>

Berlin

<https://www.berlin.de/corona/massnahmen/verordnung/>



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hwb@hwb-online.de
www.hwb-online.de

Infosheet Nr. 8 - Kurzarbeitergeld

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit unseren Infosheets Nr. 1, 5 & 7 haben wir Sie über das Thema „Kurzarbeitergeld“ umfassend informiert. Da es sehr wahrscheinlich ist, dass die Bundesregierung mit den Bundesländern zusammen zeitnah einen umfassenden Lockdown beschließen könnte, sodass wir mit Geschäftsschließungen zumindest bis in den Januar 2021 hinein rechnen müssen, geben wir Ihnen heute ein weiteres Update.

Unsere Infosheets Nr. 1 bis 7 stehen weiterhin unter www.hwb-online.de/coronahilfen zum Download zur Verfügung.

Stand: 11. Dezember 2020 (12:00 Uhr)

Coronakrise

Diese Information greift die wichtigsten Fragen des Handels in den Branchen Büro und Schreibkultur, Möbel und Küchen sowie Tischkultur im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie auf. Der HWB nimmt an den regelmäßigen Telefonkonferenzen des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der Handelsverbände auf Landesebene mit ihren Kontakten zu den Landesregierungen und -behörden und den Fachverbänden Lebensmittel, Textil und Technik teil. Dort werden auch die Themen des HWB eingebracht und erörtert.

Der Handelsverband Deutschland stellt übersichtlich und tagesaktuell unter <https://tinyurl.com/HDE-Finanzhilfen-Finanzierung> Hinweise zum Thema Finanzierung zur Verfügung.

Kurzarbeitergeld

Kurzarbeitergeld wird vom Staat gewährt, wenn in Betrieben Arbeitszeit wegen wirtschaftlicher Ursachen oder eines unvorhergesehenen Ereignisses – wie etwa der Corona-Krise – vorübergehend verkürzt wird.

Das Kurzarbeitergeld berechnet sich nach dem Netto-Entgelt aus Kurzarbeit und Gehalt eines Arbeitnehmers wegen großer Umsatzeinbußen auf null gesetzt werden, erstattet die Bundesagentur für Arbeit dieses Entgelts als Kurzarbeitergeld. Wenn die Arbeitszeit nur teilweise reduziert wird, wird das Kurzarbeitergeld entsprechend anteilig



Christian Haeser
Geschäftsführer

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

hwb@hwb-online.de
www.hwb-online.de

Krisenmanagement

Während der Coronakrise hat der HWB die Fachhändler permanent über die tagesaktuellen Corona-Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten. Ein wichtiges Tool hierfür waren die Corona-Infosheets. Dort hat der HWB regelmäßig die relevanten Informationen für seine Fachhändler

übersichtlich aufbereitet. Welche Hygieneschutzmaßnahmen gelten in welchen Bundesländern? Wie beantrage ich Soforthilfe? Welcher Arbeitsschutz gilt? Was bedeutet Kurzarbeitergeld? Das sind nur einige der vielen relevanten Informationen für unsere Fachhändler.



Covid-19 in Deutschland- eine Chronologie

27. Januar 2020: Erster bestätigter Fall in Deutschland

27. Februar 2020: Zahl der Infektionen in Deutschland steigt weiter

In Deutschland steigt die Zahl der Infizierten weiter an. Zu diesem Zeitpunkt beläuft sich die offizielle Zahl auf 27 Infizierte in Deutschland.

11. März 2020: Merkel kündigt Unterstützung an

Am 10. März stellt der Bundestag Finanzmittel, bis zu einer Milliarde Euro, zum Kampf gegen das Coronavirus zur Verfügung. Einige Bundesländer geben bekannt, sämtliche Großveranstaltungen abzusagen, um die Zahl der Neuinfektionen einzudämmen.

17. März 2020: RKI erhöht Infektionsrisiko

Das RKI erhöht das Infektionsrisiko für Covid-19 aufgrund der gestiegenen Fallzahlen auf die Stufe „hoch“. Das Auswärtige Amt spricht erstmals in seiner Geschichte pauschal eine Reisewarnung für alle Länder der Welt aus.

18. März 2020: Merkel wendet sich an die Bevölkerung

19. März 2020: Öffentliches Leben in Deutschland erlahmt zusehends

Bund und Länder haben die meisten Geschäfte geschlossen und Gottesdienste und Vereinsversammlungen untersagt. Restaurants schließen ab 18 Uhr. Ausgenommen sind unter anderem Lebensmittelläden. Schulen, Kindergärten

und auch Spielplätze schließen, an den Grenzen zu fünf EU-Nachbarn wird verstärkt kontrolliert.

22. März 2020: Erster Lockdown tritt in Kraft

15. April 2020: Merkel erläutert Exit-Strategie

Bundeskanzlerin Angela Merkel stellt die Strategie zum Ausstieg aus den Corona-Maßnahmen vor. Bund und Länder hatten sich zuvor auf folgende Maßnahmen geeinigt:

- Das Kontaktverbot bleibt bis mindestens zum 3. Mai 2020 bestehen.
- In der Öffentlichkeit müssen Bürgerinnen und Bürger einen Abstand von mindestens 1,5 Metern einhalten.
- Schulen und Kitas bleiben geschlossen. Ab dem 3. Mai 2020 soll schrittweise eine Öffnung folgen.
- Die Notbetreuung wird fortgesetzt und auf weitere Berufs- und Bedarfsgruppen ausgeweitet.
- Großveranstaltungen sind bis zum 31. August 2020 untersagt.
- Eine freiwillige App soll die Nachverfolgung von Kontakten erleichtern.
- Bei den Gesundheitsdiensten vor Ort sollen neue Personalkapazitäten geschaffen werden.
- Friseurbetriebe bleiben geschlossen. Ab dem 4. Mai 2020 können diese unter Einhaltung der Hygienevorschriften wieder öffnen.

- Zusammenkünfte in Glaubenshäuser sowie religiöse Feierlichkeiten und Veranstaltungen sollen weiterhin nicht stattfinden.

- Auf private Reisen und Besuche soll verzichtet werden.

20. April 2020: Einführung der Maskenpflicht in den ersten Bundesländern

Sachsen führt als erstes Bundesland eine Maskenpflicht beim Einkaufen und im öffentlichen Nahverkehr ein. Bayern und Mecklenburg-Vorpommern folgen. Viele Geschäfte dürfen unter Hygieneschutzaufgaben wieder öffnen.

21. April 2020: Reproduktionsrate steigt leicht

Die auf einen Wert von 0,7 gesunkene Reproduktionsrate steigt leicht auf 0,9 an.

22. April 2020: Restliche Bundesländer ziehen mit der Maskenpflicht nach

30. April 2020: Reproduktionsrate sinkt leicht

4. Mai 2020: Friseur in Deutschland öffnen wieder

6. Mai 2020: Merkel und Ministerpräsidenten besprechen Lockerungen

11. Mai 2020: Gastronomie öffnet wieder

Nach acht Wochen Zwangspause öffnen Restaurants und Lokale wieder. Sie müssen strenge Abstands- und

Hygieneregeln einhalten. Besucher müssen ihre Daten hinterlassen, um eine mögliche Infektionskette nachzuvollziehen. In jedem Bundesland gelten andere Detailregeln.

3. Juni 2020: Regierung will Reisewarnung für europäische Länder am 15. Juni aufheben

Die am 17. März für rund 200 Länder der Welt pauschal verhängte Warnung vor touristischen Reisen soll durch individuelle Reisehinweise ersetzt werden.

6. Juni 2020: Regierungskoalition einigt sich auf ein Konjunkturpaket

Union und SPD einigen sich auf ein Konjunkturpaket in Höhe von 130 Milliarden Euro für die Jahre 2020 und 2021. Das Konjunkturpaket soll die Konsumlaune der Menschen anregen und Familien unterstützen. Folgendes wurde dort beschlossen:

- Absenkung der Mehrwertsteuer: Vom 1. Juli an bis zum 31. Dezember 2020 soll der Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent auf 16 Prozent und für den ermäßigten Satz von 7 Prozent auf 5 Prozent gesenkt werden.
- Kinderbonus für Familien: Einmalig erhalten Eltern 300 Euro pro Kind. Für Alleinerziehende werden die Freibeträge verdoppelt.
- Stärkung der Kommunen: Der Bund erhöht seinen Anteil an den Kosten für die Unterkunft von Bedürftigen, gleicht die Gewerbesteuerausfälle der Kommunen zur

Hälfte aus und stärkt den Öffentlichen Nahverkehr sowie den Gesundheitssektor.

- Entlastung bei den Stromkosten: Die EEG-Umlage soll ab 2021 über Zuschüsse aus dem Bundeshaushalt abgesenkt werden.
- Zukunftspaket: Rund 50 Milliarden Euro fließen in Zukunftsbereiche wie die Wasserstoffwirtschaft, Quantentechnologien und Künstliche Intelligenz.

15. Juni 2020: Weitere Lockerungen treten in Kraft

Die Corona-Beschränkungen werden weiter zurückgefahren, komplett aufgehoben sind die Beschränkungen allerdings noch nicht.

8. August 2020: Testpflicht für Reiserückkehrer aus Risikogebieten

14. Oktober 2020: Beschluss über das Beherbergungsverbot

Bund und Länder gehen strengere Maßnahmen für Corona-Hotspots an. Demnach dürfen Beherbergungsbetriebe keine Gäste aufnehmen, die aus einem Landkreis oder einer kreisfreien Stadt eines anderen Bundeslandes „anreisen oder dort ihren Wohnsitz haben“, in dem oder in der die Zahl der Corona-Neuinfektionen binnen sieben Tagen bei mehr als 50 pro 100.000 Einwohnern lag. Ausgenommen sind Menschen, die über einen negativen Corona-Test verfügen und ein ärztliches Attest vorweisen.



Allerdings hatte jedes Bundesland individuelle Regeln, viele Beschlüsse wurden von den Gerichten aufgehoben.

28. Oktober 2020: Lockdown light ab 2. November beschlossen

Die Bundesregierung beschließt einen „Lockdown light“. Laut RKI gibt es in Deutschland aktuell insgesamt 481.013 Corona-Infektionen, davon sind etwa 339.200 genesen.

Ab dem 2. November 2020 gilt wieder ein Kontaktverbot. In der Öffentlichkeit dürfen sich nur noch Angehörige zweier Haushalte treffen – maximal zehn Personen. Die Gastronomie muss schließen. Es darf keine touristischen Übernachtungen geben. Kantinen dürfen öffnen, Kitas und Schulen sollen geöffnet bleiben. Freizeit-, Sport- und Kulturveranstaltungen werden weitestgehend verboten. Geschäfte und Händler für den täglichen Bedarf wie Supermärkte, Drogerien und Apotheken sind weiterhin geöffnet.

9. November 2020: Durchbruch beim Corona-Impfstoff

Die Pharmafirmen Biontech und Pfizer können einen Durchbruch vermelden: Ein Corona-Impfstoff habe sich in klinischen Tests als höchst wirkungsvoll erwiesen. Bald soll eine US-Zulassung folgen. Deutschland sichert sich 100 Millionen Impfdosen.

16. November 2020: Die Firma Moderna liefert zweiten Corona-Impfstoff

22. November 2020: Länder verlängern den Lockdown light bis zum 20. Dezember 2020

25. November 2020: Bundesregierung formuliert neue Corona-Beschlüsse

Die strengen Beschränkungen für persönliche Kontakte werden erneut für mehrere Wochen verschärft. Dafür werden sie aber dann über die Weihnachtstage leicht gelockert. Das Weihnachtsfest soll im Kreise von Familie und Freunden ermöglicht werden.

2. Dezember 2020: Teil-Lockdown wird bis 10. Januar 2021 verlängert

Bund und Länder einigen sich auf eine Verlängerung des Corona-Teil-Lockdowns in Deutschland bis zum 10. Januar 2021.

12. Dezember 2020: Bund und Länder beschließen harten Lockdown ab 16. Dezember

Aufgrund der rasanten Ausbreitung der Corona-Pandemie wird das öffentliche Leben in Deutschland heruntergefahren. Ab Mittwoch, den 16. Dezember, schließt der Einzelhandel mit Ausnahme der Geschäfte für den täglichen Bedarf wie Supermärkte, Drogerien und Banken. Der stationäre Einzelhandel versucht die immensen Verluste durch Click & Collect, Onlineshops etc. zu kompensieren.

16. Dezember 2020: Der zweite Corona-Lockdown

Die Menschen sind aufgefordert zu Hause zu bleiben. Es sind nur noch Geschäfte für den täglich notwendigen Bedarf wie Supermärkte, Drogerien, Tankstellen, Apotheken und Banken geöffnet. Schulen und Kitas sind geschlossen.

27. Dezember 2020: Impfstart in Deutschland

5. Januar 2021: Der zweite Lockdown wird bis Ende Januar verlängert

15. Januar 2020: Infektionszahlen in Deutschland überschreiten erstmals die 2-Millionen-Marke

19. Januar 2021: Zweiter Lockdown wird bis zum 14. Februar verlängert

25. Januar 2021: Med. Masken werden im Supermarkt und ÖPNV Pflicht

11. Februar 2021: Regierung verlängert Lockdown bis zum 7. März, Lockerungen erst ab 7-Tage-Inzidenz von 35

1. März 2021: Erste Lockdown-Lockerungen: Friseure können wieder öffnen

18. März 2021: Der digitale Impfpass kommt nach Deutschland

23. März 2021: Bundesregierung beschließt Oster-Lockdown, der einen Tag später wieder gekippt wurde

24. März 2021: Osterruhe wird gekippt: Angela Merkel entschuldigt sich

25. März 2021: Generelle Corona-Testpflicht für Einreisen per Flugzeug beschlossen

31. März 2021: Impfstoffe: AstraZeneca nur noch für Menschen ab 60 - Sputnik könnte in der EU zugelassen werden

6. April 2021: Hausärzte starten Corona-Impfungen

7. April 2021: Impftempo verdoppelt sich innerhalb von 24 Stunden

21. April 2021: Bundes-Notbremse beschlossen

Der Bundestag hat eine „Bundes-Notbremse“ mit konkreten Vorgaben beschlossen. Zu den Maßnahmen gehören weitgehende nächtliche Ausgangsbeschränkungen, Kontaktbeschränkungen, Schließungen von Schulen und strengere Bestimmungen für Geschäfte (Kundenzugang nur mit negativen Test und Terminvorgabe).

9. Mai 2021: Geimpfte und Genese erhalten ihre Grundrechte zurück

Für vollständig gegen Corona Geimpfte und Menschen, die eine Infektion nachweislich schon durchgemacht haben, sind ab Sonntag, den 9. Mai 2021, bundesweit wesentliche Einschränkungen aufgehoben. Die Maskenpflicht an bestimmten Orten und das Abstandsgebot im öffentlichen Raum gelten aber weiterhin für alle.

7. Juni 2021: Die Impfpriorisierung in Deutschland fällt

17. Juni 2021: Delta-Variante breitet sich aus

1. Juli 2021: Digitaler Impfpass startet in der EU - Deutschland sichert sich Impfstoff für 2022

21. August 2021: Hamburg führt 2G-Regel ein

23. August 2021: 3G-Regeln gelten nun fast in jedem Bundesland



Arbeitsausschüsse und Inhaltsschwerpunkte

Im GPK-Bereich tagt seit Herbst 2020 die Taskforce GPK-Summit. Dort werden die Themenschwerpunkte für die nächste GPK-Branchentagung 2022 zusammen mit Vertretern der Industrie ausgelotet. Im Herbst 2021 wird zudem der AK Point of Sale gegründet, um hier den innovativen Bedürfnissen der Fachhändler nachzukommen.

Im HBS-Bereich tagt seit Herbst 2020 der Arbeitskreis Nachhaltigkeit, der u.a. Fachhändler sowie Fördermitglieder als Mitglieder hat. Der Arbeitskreis bearbeitet die branchenrelevanten Grundlagen der Nachhaltigkeit und wertet die intern durchgeführten Umfragen für eine gemeinschaftliche strategische Ausrichtung aus.

Im BVDM hat sich im Mai 2021 der AK BVDM erfolgreich etabliert. Die Mitgliedsverbände haben Teilnehmer für den Arbeitskreis entsandt, die sich fortan mit inhaltlichen Schwerpunktthemen wie dem Lieferkettengesetz, Transport-Verpackungen, Energiekennzeichnungen etc. befassen.

Es bleibt festzustellen, dass der HWB sich mit seinen Branchenverbänden inhaltlich weiterentwickelt und gezielt mit seinen Mitgliedern aktuelle Branchenthemen erörtert. Zudem werden Rundschreiben-Dienste in den Fachbereichen sowie in dem übergeordneten HWB etabliert, damit die Mitglieder aktuell informiert sind, direkt an den Themen des Verbandes partizipieren und sich aktiv einbringen können.

Ausgewählte Themen der Fachbereiche

Der Einsatz von Bambus im Bereich Koch- und Tischkultur

„Lassen Sie die Finger von Bambusbechern!“, deutlicher konnte die Warnung der Stiftung Warentest 2019 kaum sein. Denn sie sind biologisch nicht abbaubar – auch wenn es im Einzelfall behauptet wurde – können nicht recycelt werden und geben mit Ausnahme oft auch nach mehrfacher Nutzung Schadstoffe an heiße Getränke wie Kaffee ab. Der Grund: Die Becher bestehen aus fein zermahlenen Bambusfasern und sind mit einem Kleber aus Melaminharz versehen. Dieser Kunststoff setzt sich aus Melamin und Formaldehyd zusammen. Melamin wird in Kindergeschirr verwendet und ist als solches nicht gefährlich. Jedoch bei Temperaturen über 70 °C sieht es anders aus, und das oft auch bei vielfacher Benutzung. Beide Stoffe gelten als gesundheitsgefährdend. Melamin steht im Verdacht, Erkrankungen im Blasen- und Nierensystem auszulösen, Formaldehyd kann beim Einatmen Krebs im Nasen-Rachen-Raum

verursachen. Hinzu kommt eine oft fehlerhafte oder nicht ausreichende Deklaration. Sie gehören nicht in die Mikrowelle und dürfen keinesfalls zerbrochen benutzt werden. 2021 hat die Europäische Kommission die Mitgliedstaaten aufgefordert, Geschirr und Besteck aus Bambus vom Markt zu nehmen und den Import zu unterbinden. Die zuständigen Behörden der Niederlande sowie von Belgien und Luxemburg haben den Handel bereits angewiesen, die Produkte nicht mehr zu vertreiben. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur hat sich intensiv mit diesem Thema befasst, unabhängige Gutachten ausgewertet und die Händler aufgeklärt sowie permanent über den aktuellen Status quo informiert. Produkte, die aus reinem Bambus hergestellt werden wie z.B. Küchenhelfer, Bretter und Schüsseln und bei denen eine Maserung erkennbar ist, sind übrigens nicht hiervon betroffen und völlig bedenkenfrei.

GPK Summit 2022

Für den 3. und 4. Mai 2022 ist der GPK Summit unter dem Motto „Handel und Industrie im Dialog“ im Mercure Tagungs- & Landhotel in Krefeld angekündigt. Neu ist dabei erstmals die interaktive Ausrichtung der Workshops, die neben der Plenarrunde für ein aktives Mitwirken der Teilnehmer steht. Der Mix aus Interaktivität, Netzwerken und Kommunikation spiegelt sich in sämtlichen Räumlichkeiten wider. Tagungsräume, Lernwerkstätten, Netzwerk-Cafés, In- und Outdoorlocations animieren dazu, auch mal „out of the box“ zu denken, bestehende Dinge von anderen Blickwinkeln zu betrachten und fördern das Netzwerken und das Community-Verständnis untereinander. Neben den Themen wie Marktplätze der Zukunft, die Entwicklungen der Messen, die praktische Nutzung von Digitalisierungs-

instrumenten wie Social Media und Big Data stehen die Studienergebnisse der Branchenstudie „Quo vadis, Fachhandel für Lifestyle, Wohnen und Kochen?“ des IFH Köln im Fokus der Tagung. Das Programm wurde mit tatkräftiger Unterstützung der eigens für diesen Summit initiierten Task Force erarbeitet, die sich aus 18 Teilnehmern aus Handel und Industrie zusammensetzt. Auch die Erfa-Gruppen wurden von Beginn an in diesem Prozess involviert und haben einen erheblichen Teil zu den inhaltlichen Ergebnissen beigetragen. #savethedate #gpk-summit.



Neue Lichtquellen, die ab dem 1st September 2021 auf den Markt gebracht werden:

Ab dem 1.5.2021, jeweils wenn ein neues Produkt auf den Markt gebracht wird

Bereitstellung der Produktdaten, Labels u. Produktdatenblätter durch die Lieferanten für EPREL und für den Handel

- Lieferanten müssen ihre Produkte auf Basis der neuen Verordnung in EPREL registrieren und das neu skalierte Label auf der Produktverpackung aufdrucken.
- Lieferanten müssen die Produktdatenblätter den Händlern zur Verfügung stellen. Händler können die Produktdatenblätter auch in gedruckter Form anfordern.

Ab dem 1.9.2021

Neue Produkte mit neu skaliertem Label auf der Verpackung werden in Geschäften und Online-Shops gezeigt

- Für den Internethandel und Fernverkauf gelten weitere Anforderungen wie oben angegeben¹

Lichtquellen, die bereits vor dem 1st September 2021 auf den Markt gebracht werden

Ab 1.5.2021

Bereitstellung der Produktdaten durch die Lieferanten für EPREL

- Lieferanten müssen ihre Produkte wiederholt auf Basis der neuen Verordnung in EPREL registrieren, einschließlich des neu skalierten Labels und des Produktdatenblattes.

1.9.2021 bis 28.2.2023

18 Monate Übergangsperiode mit möglicher Verwendung des alten Labels auf der Verpackung

- Produkte, die bereits vor dem 1.9.2021 auf den Markt gebracht worden sind, dürfen noch mit dem alten Label verkauft werden
- Auf Anfrage der Händler müssen für Produkte, die sich bereits im Lager der Händler befinden, von den Lieferanten Kleber mit dem neu skalierten Label sowie das Produktdatenblatt zur Verfügung gestellt werden

Ab 1.3.2023

Alle Produkte mit neu skaliertem Label

- Das alte Label auf Produktverpackungen oder angebracht an Produkten muss mit einem Aufkleber der selben Größe mit dem neu skalierten Label überklebt sein
- Das neue Produktdatenblatt muss gezeigt werden

EU-Energielabel für Lichtquellen Vertriebsverträge

Das neue EU-Energielabel für Lichtquellen ist am 1. September 2021 in Kraft getreten. Das bisherige EU-Energielabel für Leuchten existiert seit dem 25. Dezember 2019 nicht mehr (Delegierte Verordnung (EU) 2019/2015). Die EU-Kommission hat entschieden, dass die Plusklassen (A+, A++) bei „Lichtquellen“ abgeschafft und durch A-G ersetzt werden (Rahmenverordnung (EU) 2017/1369). Neue Lichtquellen-Produkte, die nach dem 1. September 2021 auf den Markt gebracht werden, müssen somit mit den neu skalierten Labels auf der Verpackung in Geschäften und Online-Shops gezeigt werden. Für Lichtquellen-Produkte, die bereits vor dem 1. September 2021 auf den Markt gebracht wurden, gilt bis zum 28. Februar 2023 eine ein- einhalb jährige Übergangsperiode, die besagt, dass diese Produkte bis zum 28. Februar 2023 mit dem alten Label verkauft werden dürfen. Lieferanten müssen auf Anfrage der Händler für Produkte, die sich bereits im Lager der Händler befinden, Aufkleber mit den neu skalierten Labels und die Produktdatenblätter zur Verfügung stellen. Nach der Übergangsperiode (Stichtag: 1. März 2023) müssen alte Labels auf den Produktverpackungen oder direkt an Produkten angebracht mit einem Aufkleber derselben Größe mit dem neuen Label überklebt werden. Darüber hinaus muss das neue Produktdatenblatt zur Verfügung gestellt werden. Da das neue EU-Energielabel im Handel viele Fragen hinsichtlich der Anwendung auf diverse Produktkategorien aufgeworfen hat, war der Handelsverband Wohnen und Büro e.V. für seine Mitglieder beratend tätig und hat diese in regelmäßigen Abständen über die aktuellen Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten.

Immer mehr Fachhandelslieferanten unterlegen ihre Vertriebspolitik mit Verträgen, um so ihre Markendarstellung bis hin zum Endverbraucher zu sichern. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur steht für die Interessenwahrnehmung der Händlerschaft, achtet mit auf die Rechtskonformität und Praktikabilität sowie eine faire Berücksichtigung beider Wirtschaftsstufen

Ein Beispiel: Bislang ergibt sich aus den Verträgen eine Verpflichtung des Handels zu Markenpräsentation auf einer bestimmten Fläche an einem bestimmten Ort mit einem vom Lieferanten festgelegten Ladenbau und einem vorgegebenen Mindestsortiment. Doch die Erlöse decken oft nicht den Aufwand, insbesondere bei internetaffinen Marken. Es ist daher ein Umdenken notwendig, hin zu kostenfrei bereitgestellten Möbeln, zu einer Vergütung, welche die Tatsache berücksichtigt, dass Fachgeschäfte immer stärker zum Showroom ihrer Lieferanten werden. Hier sieht der Handelsverband weiterhin Diskussionsbedarf.

Fachberater feiert Geburtstag - Zehn Jahre Fachkompetenz und Verkaufstraining

Genau zehn Jahre ist es her, als der Pilotkurs zum zertifizierten Fachberater in Stuttgart, damals noch vom Schweizer Kollegen Willi Huber durchgeführt, startete. Das war der Startschuss für die Etablierung des Schweizer Qualifizierungsmodells in Deutschland.

Direkt im Anschluss wurde der erste Kurs in Eigenregie durch den Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS) durchgeführt. Damals wie heute erfolgt die Ausbildung

zum „Zertifizierten PBS-Fachberater“ in enger Zusammenarbeit mit dem Verband Schweizer Papeterien (VSP) und wird exklusiv für Deutschland nur vom HBS angeboten. Seitdem wurden zehn Lehrgänge erfolgreich durchgeführt. Während das Kursangebot in der Schweiz im Wesentlichen für junge Auszubildende entwickelt wurde, liegt der Schwerpunkt in Deutschland im Bereich der Erwachsenenbildung. Gerade auch als ideale Methode für Wieder- und Quereinsteiger, die sich im Bereich PBS-Warenkunde und Verkaufstraining weiterbilden möchten. Damit bedurfte es auch einer intensiven Anpassung des Konzepts an den Deutschen Weiterbildungsmarkt. Weitere Optimierungen erfolgten insbesondere hinsichtlich der Zielgruppenansprache, der Produktbezeichnungen sowie einzelner Warengruppen. Trotzdem bereichert eine gute Mischung aus Jung und Alt den Kurs immer wieder aufs Neue und damit auch das Verständnis für unterschiedliche Generationen, was am Ende wieder in die Verkaufserfahrung im Umgang mit den Kunden fließt.

Neben dem regelmäßigen Teilnehmerfeedback und dem Dialog mit den Unternehmen war schnell klar, dass sich ein eng an die tägliche Praxis orientiertes Kurskonzept auch regelmäßig auf Veränderungen, Branchentrends und Marktgegebenheiten einstellen muss. Damit entwickelte sich ein lebendiges Kurskonzept, was sich durch ständige Verbesserung und Anpassungsfähigkeit auszeichnet. Sukzessive wurde der Kurs immer stärker im Bereich des Verkaufstrainings sowie der Methoden- und Sozialkompetenz ausgebaut und ergänzt, bis schließlich das Kurskonzept sowohl für das Ladengeschäft als auch für den Streckenhandel entwickelt war. Der letzte tiefgreifende Kursrelaunch erfolgte im Jahr 2017, wo die Dauer des Kurses von 1,5 Jahren auf elf Monate verkürzt sowie die Teilnehmerkosten reduziert wurden. Eine regelmäßige Teilnehmerbefragung sowie Gespräche mit Händlern und



den Kurspartnerfirmen Büroring, Casio, Durable, Edding, Ergobag, Lamy, Legamaster, Pelikan, Prisma, Soennecken, Schneider Schreibgeräte, Staedtler, Stabilo, Troika, Tesa und Veloflex zeichnet ein modernes und interaktives Kurskonzept aus, welches von der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) anerkannt und zertifiziert wurde.

Weiterbildung 2.0 – Neuer webbasierter „Inhousekurs“ für die PBS-Branche

Vielen Unternehmen fehlt die Zeit, sich das passende Weiterbildungsangebot zu suchen oder die Mitarbeiter für die Dauer einer Fortbildung zu entbehren. Darüber hinaus mangelt es oft an individuell passenden und kompakten Weiterbildungsangeboten.

Hier setzt die für die PBS Branche und deren Fachhandelsbetriebe entwickelte neue modulare Online-Seminarreihe „Mehr Fachkompetenz im PBS-Verkauf – Inhouse-Webinar 2.0“ an. Dabei handelt es sich um einen rein onlinebasierten Inhouse-Kurs, welcher problemlos in den täglichen Workflow integriert werden kann. Das Ziel: Lernen mit freier Zeiteinteilung und mit einem auf das Unternehmen abgestimmten individuellen Lerntransfer. Die Mitarbeiter lernen online nur die Themenkapitel, die auch zuvor durch das Unternehmen und in Abstimmung mit dem Trainer für sie zusammengestellt wurden.

Damit kann der Kurs samt Trainer virtuell im Unternehmen vor Ort angeboten werden und es können bis zu 15 Mitarbeiter gleichzeitig geschult werden. Gerade in Zeiten von Pandemie und Lockdown eine ideale Möglichkeit, die Mitarbeiter auch von zu Hause aus an Weiterbildungs-

angeboten teilhaben zu lassen. So bindet man die Mitarbeiter trotz Kurzarbeit und Schließungsmaßnahmen in den weiteren Unternehmensprozess mit ein und die Kollegen bleiben untereinander in Kontakt. Denn auch unternehmensbezogene Fallbeispiele, Aspekte und Fragestellungen können und sollen mit einbezogen und von den Mitarbeitern bearbeitet werden.

Das Unternehmen zahlt dabei nicht nach der Mitarbeiteranzahl, sondern pro gebuchtem Sortimentsfeld bzw. Themenkapitel. Darin enthalten ist ein Kick Off-Webinar sowie ein Transfer-Webinar. Darauf aufbauend können weitere Pakete hinzugebucht werden. Bringen einzelne kleinere Firmen ihren Schulungsbedarf zu gleichen Teilen und denselben Lernkapiteln zusammen, werden diese als ein Unternehmen mit bis zu 15 Mitarbeitern geführt.

Nachhaltigkeit –

Wie kann und muss sich die HBS-Branche positionieren?

Der HBS hat frühzeitig erkannt, dass die nachhaltige Produktpolitik als Schlüsselement für das zukünftige Wirtschaften bedeutsam ist. Der Europäische Gesetzgeber zielt langfristig darauf ab, Produkte für eine klimaneutrale, ressourceneffiziente und kreislaforientierte Wirtschaft geeignet zu machen, Abfälle zu verringern und sicherzustellen, dass die Nachhaltigkeitsleistung von Vorreitern schrittweise zur Norm wird.

Der neu etablierte AK Nachhaltigkeit befasst sich daher u.a. mit den folgenden Aspekten:

- Haltbarkeit
- Wiederverwendbarkeit, Nachrüstbarkeit und Reparierbarkeit
- Rezyklatanteil in Produkten
- Wiederaufarbeitung und hochwertiges Recycling
- CO₂-Fußabdruck und ökologischer Fußabdruck
- kreislaforientierte Geschäftsmodelle
- Digitalisierung von Produktinformationen und Möglichkeiten zur Belohnung der nachhaltigsten Produkte

In den durchgeführten Sitzungen wurden zunächst die europäischen sowie nationalen Vorgaben herausgearbeitet und dann Vertreter von Industrie und Handel zu den anstehenden Herausforderungen befragt. Entstanden ist ein erstes Diskussionspapier mit konkreten Thesen:

- Die Bedeutsamkeit der Nachhaltigkeit in der Branche ist sehr hoch. Die konkrete Umsetzung in den Unternehmen wird auch in den kommenden Jahren zunehmen.
- Der Anteil nachhaltiger Produkte im stationären Handel ist sehr gering. Das stationäre Warenangebot nachhaltiger Produkte macht im Durchschnitt 10 bis 20 Prozent des Gesamtangebots aus.
- Nachhaltige Produkte werden überwiegend in den Sortimentsbereichen Schreibwaren, Büroausstattung und Möbel angeboten.
- Die Umweltsiegel „Blauer Engel“, „FSC Label“ sowie das „EU-Energie-Label“ haben den größten Bekanntheitsgrad. Das EU-Ecolabel ist in der Industrie und im Handel relativ unbekannt und unterrepräsentiert.
- Der „Blaue Engel“ wird national sowie international für die Vertriebsstrategie eingesetzt. Das „FSC Siegel“ wird überwiegend international eingesetzt.
- Es fehlen international anerkannte Zertifikate für Produkte, die nicht aus Holz stammen.
- Rund 2/3 der Händler benötigt durch die Industrie Unterstützung bei der Präsentation und Umsetzung auf der Fläche und im Netz.

Konkret werden

- Infoflyer für Kunden (physisch und digital),
- Infobroschüren für Mitarbeiter (physisch und digital),
- Verkaufsaktionen
- sowie Verkaufspräsentationen benötigt.
- Direkte Hinweise auf den Produkten (beispielsweise Barcode), Bereitstellung der Siegel und eine unmittelbare Verbindung mit den Stammdaten durch die Industrie wären hilfreich, um das Thema besser platzieren zu können.
- Langfristperspektive:
 - Reduzierung des Verpackungsmülls
 - Ausbau nachhaltiger Sortimente
 - Kurze Lieferwege – nachhaltige Lieferanten

Die Diskussion dazu wird auch mit Vertretern des Umweltbundesamtes unter dem Blickwinkel geführt, inwieweit das Siegel der „Blaue Engel“ eine nationale bzw. europäische Aufwertung erfahren wird.



Recht auf Reparatur

Der HBS befasst sich zudem mit dem Thema „Recht auf Reparatur“. Im Wege der Kreislaufwirtschaft soll diese Initiative der Europäischen Kommission in 2021 als Leitthema besprochen werden.

Interessant ist der Ansatz, ob der französische Reparaturindex eine Blaupause für die Europäische Kommission bzw. für die Bundesregierung sein kann, um das Thema „Reparierbarkeit von Produkten“ stärker in den Fokus der Kreislaufwirtschaft zu stellen.

Seit 2021 erhalten Verbraucher in Frankreich beim Kauf eines Elektro- oder Elektronikgeräts über einen Reparatur-Index Auskunft darüber, wie einfach das Produkt sich im Schadensfall reparieren lässt. Zwar müssen die Hersteller in Frankreich das staatliche Label ab dem 1. Januar 2021 verpflichtend auf ihren Produkten führen, es werden aber keine neuen verbindlichen Anforderungen für nachhaltiges Produktdesign an die Unternehmen gestellt. Ziel ist es, dass die Reparaturfreundlichkeit eines Produktes für die Verbraucher beim Kauf ersichtlich ist.

Die über den Index angezeigte Information bietet eine Informationsgrundlage, um sich beim Kauf für reparierbare Produkte zu entscheiden. Gleichzeitig ist die verpflichtende Kennzeichnung ein Anreiz für die Hersteller, ihre Produkte so reparierbar wie möglich zu gestalten und Ersatzteile sowie Informationen verfügbar und zugänglich zu machen.

Der erreichte Reparatur-„Score“ (maximal 10 Punkte) muss direkt auf dem Produkt oder der Verpackung sowie am Verkaufspunkt (beispielsweise neben dem Produktpreis) dargestellt werden. Die Ausarbeitung der Kriterien erfolgte anhand von fünf Pilotprodukten des allgemeinen

Verbrauchs (Smartphones, Laptops, Waschmaschinen, Fernseher, Rasenmäher). Grundsätzlich strebt die französische Regierung eine Anwendung des Index für alle Elektro- und Elektronikgeräte an.

Der HBS verfolgt dieses Thema, da das Umweltbundesamt sich mit dem französischen Modell intensiv befasst. Wenn ein sog. Reparaturindex auch in Deutschland eingeführt wird, wird dies Auswirkungen auf die Entgegennahme der zu reparierenden Produkte durch den Fachhandel haben. Insoweit ist langfristig mit einer Ausweitung der Produktsortimente zu rechnen und die Auswirkungen auf die Branche zu besprechen und im Vorfeld neuer Gesetzgebung Lösungsansätze zu finden.



Ausbildung und Qualifikation an der MöFa

Die Gründung der Fachschule des Möbelhandels (MöFa) im Jahre 1938 geht auf die Initiative des BVDM zurück. Seitdem fungiert der BVDM als ideeller Träger der MöFa und es gibt satzungsbedingt eine enge Verflechtung. Im Jahr 2020 kam es zu einer personellen und inhaltlichen Neuausrichtung. Die MöFa wurde verstärkt auf die aktuellen Anforderungen der Unternehmen des Fachhandels zur Bekämpfung des Fachkräftemangels ausgerichtet. Neben der Überarbeitung des Logos und zeitgemäßer Außendarstellung versteht sich die MöFa als Dienstleister der gesamten Einrichtungs- und Küchenbranche. Es wurden u.a. bestehende Weiterbildungsformate gestrafft, um den Wünschen des Fachhandels nach hoher Verfügbarkeit von Schülern in den Betrieben zu entsprechen. Seit Sommer 2021 wird der Abschluss „Bachelor Professional Wirtschaft, staatlich

geprüft“ angeboten. Ferner gibt es neu konzeptionierte Abschlüsse wie „Industriekaufmann/-frau“ und „Groß- und „Außenhandelskaufmann/-frau“ im Verbund als duales Studium. Auch der Abschluss „Betriebswirt/-in mit Schwerpunkt Küche“ (Bachelor Professional Wirtschaft, staatlich geprüft) wurde im Rahmen der Fortentwicklung ins Leben gerufen. In Kürze folgt die Ausbildung zum „E-Commerce-Kaufmann/-frau“.

Die inhaltliche Ausgestaltung spiegelt sich in sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen der MöFa wider. Um die junge Zielgruppe bestmöglich zu erreichen, betreibt die Fachschule seit Anfang 2021 erfolgreich Social Media-Kampagnen. Zudem wurde parallel ein Sponsoring-Programm entwickelt, welches den Unternehmen eine erhöhte Wahrnehmung direkt innerhalb der Zielgruppe verschafft, denn schließlich ist der Schüler von heute, der Berater, Planer, Einkäufer oder Betriebswirt von morgen.

Die MöFa geht von nun einen wegweisenden Schritt in die Zukunft: Der Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM) und der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) haben im August 2021 einen Letter Of Intent unterzeichnet, in welchem sich beide Parteien verpflichten, mit gemeinschaftlichem Einsatz, die Bildungslehrgänge der Fachschule des Möbelhandels (MöFa) bestmöglich auf die Möbelbranche auszurichten.



IWO furn

IWO furn, ein Vorreiter bei der Entwicklung wissensbasierter Geschäftsmodelle, fungiert als Branchenplattform für die komplette Möbel- und Einrichtungsbranche. Das Leistungsspektrum von IWO furn umfasst sowohl die Digitalisierung und Automatisierung innerbetrieblicher Abläufe als auch außerbetrieblicher Geschäftsprozesse. Die

digitale Ausgestaltung und Optimierung dieser Beziehungen stellt eine wesentliche Basis für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen dar.

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) ist (neben dem Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM), dem Mittelstandsverbund – Zentralverband gewerblicher Verbundgruppen (ZGV) und dem Daten Competence Center (DCC) Mitglied des Beirates der IWO furn. Der Beirat überwacht die Einhaltung der Selbstverpflichtung von IWO furn, dass allen Anwendern Unabhängigkeit, Offenheit und Kontinuität beim Einsatz der IWO furn-Services gewährleistet wird.

Neben konzeptionellen Beratungsdienstleistungen betreibt IWO furn auch eine Plattform, die über 1.000 Branchenteilnehmer aus Handel und Industrie miteinander verbindet und auf der jährlich über 25 Millionen Belege transferiert werden.



Möbel digital

Das neueste Konzept, vom Beirat in ideeller Trägerschaft begleitet, nennt sich „Möbel digital“ und ist eine Wissensplattform, welche kostenfrei allen Nutzern zur Verfügung steht, die sich mit dem Thema Digitalisierung beschäftigen. Adressiert werden Profis genauso wie Neulinge. Moebel-Digit@l liefert auf zeitgemäße Art und Weise die Informationen, die Interessierte benötigen, um ihr eigenes Business zu digitalisieren. Dabei werden verschiedenste Tools und Methoden erklärt und dargestellt, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um diese Werkzeuge nutzenbringend einzusetzen.

Motivation und Motor dieses Projekts lautet „Von der Branche für die Branche“ und zeigt einmal mehr die Vorteile kollaborativen Arbeitens über mehrere Organisationen hinweg. Der Launch der Plattform ist für Herbst 2021 angedacht.

Sachverständigenrat (SVR)

Der Sachverständigenrat wirkt bei der Erarbeitung von deutschen Normen beim DIN, AMK-Merkblättern und DGM-Gütebedingungen für Möbel sowie die Beurteilung von Reklamationen mit. Mitglieder des SVR sind öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige der Industrie- und Handelskammern, die unabhängig zusammenarbeiten. Zum SVR gehören derzeit 23 Sachverständige, die sich flächendeckend über die Bundesrepublik verteilen und unter www.moebelsachverstaendige.de im Internet zu finden sind. Der BVDM organisiert Sachverständigenexkursionen und Fortbildungen, von denen letztere Corona-bedingt ausschließlich online stattfanden.

Der Vorstand, zuletzt von der Mitgliederversammlung in 2017 bestätigt, besteht aus:

1. **Vorsitzender, Alexander Laakes**, München
2. **Vorsitzender, Peter Kliemann**, Berlin
3. **Vorsitzender, Andreas Meyer**, Saarbrücken

Die Vorstände arbeiten in den Normenausschüssen DIN – EN – ISO, DGM (RAL), AMK und dem Prüfungsausschuss in Bielefeld mit.



Fachübergordnete Themenschwerpunkte im HWB

Lieferkettengesetz

Der deutsche Bundesgesetzgeber hat in 2021 den Weg für ein neues Gesetz geebnet, das Unternehmen dazu verpflichten soll, Menschenrechte innerhalb ihrer Wertschöpfungsketten zu berücksichtigen. Der HWB hat sich zusammen mit dem HDE intensiv in das Gesetzgebungsverfahren eingebracht. Beispielsweise würden die vorgesehenen Dokumentations- und Berichtspflichten und die Regeln über die behördliche Kontrolle und Durchsetzung für die Fachhandelsunternehmen einen enormen bürokratischen Aufwand bedeuten. Nach dem Entwurf des Lieferkettengesetzes soll es zudem möglich sein, dass Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften private Geschädigte im Wege der Prozessstandschaft vor deutschen Gerichten vertreten, wenn es Verstöße gegen Standards in der Lieferkette gibt. Der HWB begleitet nun die nationale Umsetzung für den Fachhandel, damit praktikable Lösungen für die Unternehmen gefunden werden.

HWB
 Handelsverband
 Wohnen und Büro

Positionsbestimmung

Vorgaben für ein europäisches bzw. nationales Lieferkettengesetz

Eine verantwortungsvolle Ausgestaltung von globalen Lieferketten und die Sicherung von Menschenrechten ist in der heutigen Zeit sicherlich unabdingbar. Jedoch kommt es auf das notwendige Augenmaß und die notwendige Flexibilität bei diesem Thema an.

1. Die Erfüllung der Sorgfaltspflicht stellt die Unternehmen in der Praxis vor eine Reihe von Herausforderungen. Die Gestaltung und das Ausmaß einer angemessenen Sorgfaltspflicht richten sich nach den jeweiligen Umständen und werden von Faktoren wie
 - Unternehmensgröße,
 - Ort der Unternehmensstätigkeit,
 - Lage im betreffenden Land,
 - Branche und
 - Art der Produkte oder Dienstleistungen beeinflusst.
 Flexibilität ist gefragt. Kein Unternehmen kann die gesamte Herstellungs- und Lieferprozesse umfassend und dauerhaft nachverfolgen. Nachgelagerte Unternehmen können nicht für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht von vorgelagerten Unternehmen verantwortlich gemacht werden, da diese nicht die spezifischen Umstände der vorgelagerten Prozesskette kennen bzw. einschätzen können.

Daher sollten die Sorgfaltspflichten auf Menschenrechtsfragen begrenzt sein. Erweiterungen auf darüberhinausgehende Aspekte wie bspw. „die Umwelt“ sind abzulehnen. Zudem geht es nicht um „Wertschöpfungsketten“, sondern um „Lieferketten“.
2. Eine potentielle zivilrechtliche Haftung für das Verhalten von unabhängigen Geschäftspartnern und Dritten widerspricht den UN-Leitprinzipien und dem NAP. Aus diesem Grund ist dieser Ansatz groß abzulehnen.
3. Um Verhaltensänderungen bewirken zu können, kann eine Ombudsstelle eingeschaltet werden. Diese sollte belastbare Fakten zu menschenrechtswidrigen Verhalten sammeln und Reaktionen koordinieren.
4. Den Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen muss ein besonderer Schutz obliegen. Dies sind alle auf ein Unternehmen bezogene Tatsachen, Umstände und Vorgänge, die nicht offenkundig, sondern nur einem begrenzten Personenkreis zugänglich sind, an deren Nichtverbreitung der Rechtsträger ein berechtigtes Interesse hat. Eine generelle Veröffentlichungspflicht ist daher abzulehnen.
5. Der Anwendungsbereich ist zudem auf die Mitarbeiteranzahl zu durchdenken. In Frankreich ist ein bereits verabschiedetes Gesetz auf große Unternehmen begrenzt. Erfasst werden Unternehmen, die einschließlich Tochterunternehmen bzw. Filialen in Frankreich mindestens 5.000 Mitarbeiter oder einschließlich Tochterunternehmen bzw. Filialen mit Sitz im Ausland mindestens 10.000 Angestellte haben. In Deutschland wäre der Mittelstand mit bereits ab 500 Arbeitnehmern mit einem immensen Bürokratieaufwand belastet, der gerade die KMUs zunehmend überfordert.

Fazit: Praktikable und mittelstandstheurende Aspekte sind bei den anstehenden Diskussionen zu berücksichtigen. Zudem wären Unterstützungshandlungen in den Staaten und Regionen hilfreich, um Menschenrechte direkt vor Ort zu schützen.

Klein, Oktober 2020 (CH)

Künstlichen Intelligenz

Die Europäische Kommission verspricht sich über die Einführung von KI-Systemen große gesellschaftliche Vorteile, mehr Wirtschaftswachstum und Innovation sowie eine gesteigerte weltweite Wettbewerbsfähigkeit der EU. Der HWB hat sich daher für seine Fachhändler positioniert. Um Innovationen zu fördern und zu schützen, ist es wichtig, dass die Interessen kleiner Anbieter und Nutzer von KI-Systemen besonders berücksichtigt werden. Für KMU kann es zum Beispiel sehr effektiv sein, einen Chatbot zu verwenden, um Kunden häufig gestellte Standardfragen wie beispielsweise zu Login-, Bezahl- und Versandinformationen oder Öffnungszeiten zu beantworten. Anhand einiger einfacher Fragen können Chatbots Kunden auch an die richtige Abteilung weiterleiten. Chatbots sind damit eines von vielen Werkzeugen, das für die Optimierung der Kundenkommunikation eingesetzt werden kann. Durch sie ist es möglich, das Kundenerlebnis und die Kaufentscheidung zu verbessern sowie durch neue Formen der Beratung individuelle Serviceangebote voranzutreiben.

**HWB**
Handelsverband
Wohnen und Büro

Entwurf HWB-Position zum Verordnungsvorschlag der Europäischen Kommission zu einem „Rechtsakt über Künstliche Intelligenz“ COM(2021) 206 final

Der Anwendungsbereich für KI-Technologien wird auch den Fachhändlerhandel einbezogen, unabhängig davon, ob der stationäre bzw. der Online-Fachhändlerhandel genannt ist. Bereits im Weißbuch der Kommission aus dem Jahr 2020 wurde der Einzelhandel als „sicherer Sektor“ definiert, aber da die Verordnung einen anwendungsbezogenen Ansatz verfolgt, werden die gesetzlichen Rahmenbedingungen Auswirkungen in unseren Branchensektor entfalten.

Grundsätzlich geht von den meisten KI-Systemen laut Kommission nur ein geringes oder gar kein Risiko aus. Jedoch können bestimmte KI-Systeme Risiken bergen, die jetzt angegangen werden müssten, damit es nicht zu unerwünschten Ergebnissen kommt. So könnte beispielsweise die Undurchsichtigkeit vieler Algorithmen zu Unsicherheiten führen und eine wirksame Durchsetzung der bestehenden Rechtsvorschriften im Bereich der Sicherheit und der Grundrechte behindern. Zur Bewältigung dieser Herausforderungen seien gesetzgeberische Maßnahmen nötig, um einen gut funktionierenden Binnenmarkt für KI-Systeme zu schaffen, der sowohl die Vorteile als auch die Risiken angemessen berücksichtigt. Gefahren lauern vor allem bei Anwendungen wie biometrischen Identifizierungssystemen oder KI-gestützten Entscheidungen, die wichtige persönliche Interessen berühren, z. B. in den Bereichen Personaleinstellung, Bildung und Erziehung, Gesundheitsversorgung oder Strafverfolgung.

Aus unserer Sicht ist diese Unterscheidungsansatz zu begrüßen, da damit nur in hochsensiblen Bereichen die umfangreiche Anwendung der beabsichtigten europäischen Regulierung zum Tragen kommt.

Im Einzelnen:

- Um Innovationen zu fördern und zu schützen, ist es wichtig, dass die Interessen kleiner Anbieter und Nutzer von KI-Systemen besonders berücksichtigt werden.

Folge: Für KMU kann es zum Beispiel sehr effektiv sein, einen Chatbot zu verwenden, um Kunden häufig gestellte Standardfragen wie beispielsweise zu Login-, Bezahl- und Versandinformationen oder Öffnungszeiten zu beantworten. Anhand einiger einfacher Fragen können Chatbots Kunden auch an die richtige Abteilung weiterleiten. Chatbots sind damit eines von vielen Werkzeugen, das für die Optimierung der Kundenkommunikation eingesetzt werden kann. Durch sie ist es möglich, die Verbesserung des Kundenerlebnisses und der Auswahl- bzw. Kaufentscheidung durch neue Formen der Beratung und individuelle Serviceangebote voranzutreiben.- Das Inverkehrbringen, die Inbetriebnahme oder die Anwendung bestimmter KI-Systeme, die menschliches Verhalten verzerren sollen, wodurch physische oder psychische Schäden auftreten können, sollte laut Kommission verboten werden. Solche KI-Systeme würden unterschiedliche Komponenten einsetzen, die Einzelpersonen aufgrund ihres Alters, ihrer körperlichen oder geistigen Unfähigkeit nicht wahrnehmen oder ausnutzen können. Sie würden dies mit

**HWB**
Handelsverband
Wohnen und Büro

der Absicht tun, das Verhalten einer Person materiell zu verfälschen, und zwar in einer Weise, die dieser oder einer anderen Person Schaden zufügt oder wahrscheinlich verursacht. Die Absicht kann nicht vermutet werden, wenn die Verzerrung menschlichen Verhaltens auf Faktoren außerhalb des KI-Systems zurückzuführen sei, die außerhalb der Kontrolle des Anbieters oder des Nutzers liegen. Forschung zu legitimen Zwecken in Bezug auf solche KI-Systeme sollte nicht durch das Verbot estrikt werden, wenn diese Forschung nicht auf die Verwendung des KI-Systems in Mensch-Maschine-Beziehungen hinausläuft, die natürliche Personen Schaden nehmen, und diese Forschung wird in Übereinstimmung mit anerkannten ethischen Standards für die wissenschaftliche Forschung durchgeführt.

Folge: Hier ist eine präzisere Definition erforderlich. Denn die Anwendung bestimmter KI-Systeme, die menschliches Verhalten verzerren sollen, wodurch physische oder psychische Schäden auftreten können“ muss explizit definiert werden. Beispielsweise darf gezielte Kundenwerbung in einem Möbelhaus nicht dazu führen, dass mit einer gezielten Werbung das menschliche Verhalten verzerrt wird. Vielmehr soll der Kunde Anregungen für kaufentscheidend relevante Artikel erhalten, um eine bessere Entscheidung bei seinem Einkauf zu tätigen (Hier: Kaufentscheidungsabwägung). Diese Werbung wird nicht zu einem physischen bzw. psychischen Schaden führen, sondern gibt dem Kunden mehrere Argumente für eine Kaufentscheidung an die Hand. Konkret bedeutet dies, dass mittels künstlicher Intelligenz das Unternehmen große Datenmengen ihrer Kunden analysieren und ihnen dann einen individuell maßgeschneiderten relevanten Content aufzeigen kann.

Durch das Machine Learning verstehen Computer die menschliche Sprache immer besser. Daher können Computer auch angemessen antworten. Zu den wichtigsten Anwendungsbereichen von sogenanntem Natural Language Processing (NLP) gehören Übersetzungen, Spracherkennung und die Sentiment-Analyse. Die Spracherkennung ist zudem mit Lösungen wie Hey Google, Siri und Alexa bereits weit in unseren Alltag vorgedrungen. Der Einsatz dieser Systeme kann bei einem Kauf eines Produktes hilfreich sein, um auf gezielte Fragen gezielte Antworten zu erhalten.

Durch den Einsatz von KI kann auch beispielsweise die Mustererkennung aus einer Vielzahl von Daten und der Ermittlung einer Kausalität zwischen diesen (z. B. dem Kaufverhalten der Kundschaft und externen Einflussfaktoren wie Events, Wetter und Trends) hergestellt werden, so dass Warensortimente optimal und dynamisch angepasst werden können. Bei diesen Faktoren kann auch der intelligente Personalplanungseinsatz den Betrieben und den Kunden (hier: bessere Kundenzufriedenheit) helfen.

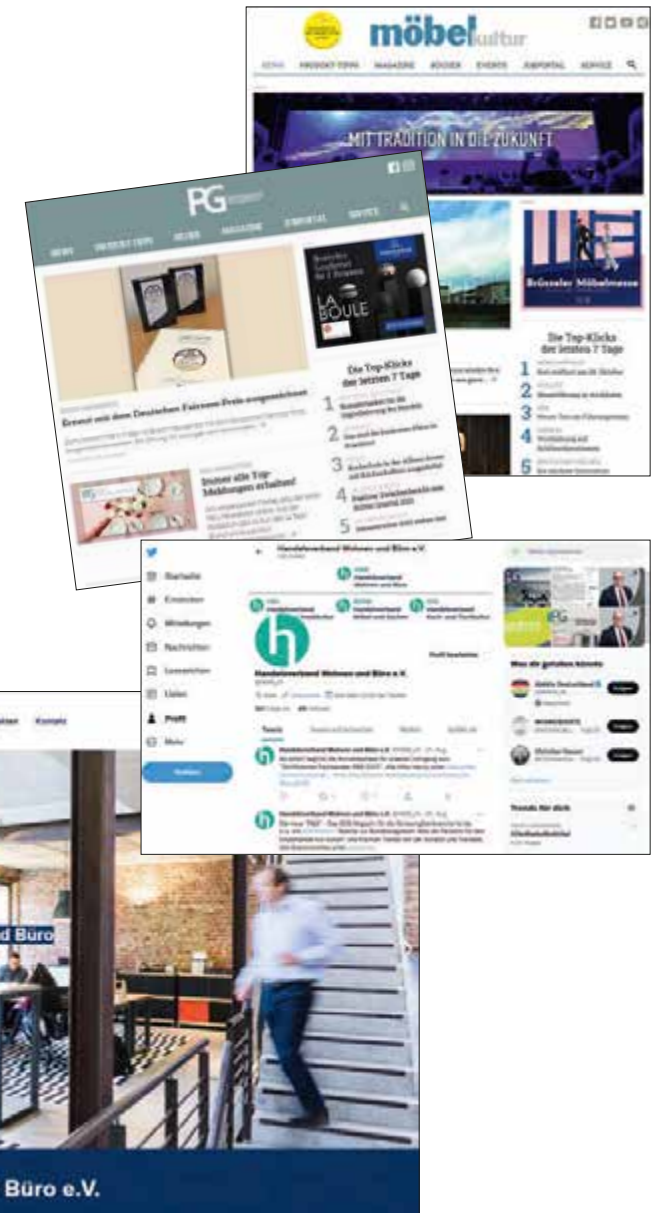
Fazit:
Der Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) unterstützt den neuen risikobasierten Ansatz der Kommission. Die Einführung von KI-Systemen verspricht große gesellschaftliche Vorteile, mehr Wirtschaftswachstum und Innovation und eine gesteigerte weltweite Wettbewerbsfähigkeit der EU.

Köln, Juni 2021



Pressearbeit

Der HWB betreibt aktive Presse- und Medienarbeit, um die Fachöffentlichkeit sowie die Branchenakteure der Fachbereiche Koch- und Tischkultur, Büro und Schreibwaren sowie Möbel und Küchen zu informieren bzw. deren Belange in der Öffentlichkeit zu platzieren. Der HWB unterstützt seine Fachbereiche und Mitgliedsverbände dabei durch Informationen, konkrete Kommunikationsdienstleistungen und durch Maßnahmen zur Verbesserung des Images in der Öffentlichkeit. Darüber hinaus ist es der Anspruch des HWB, jederzeit als kompetenter, erreichbarer Ansprechpartner für die Medien bereitzustehen und Auskunft zu geben. Der HWB veranstaltet Pressekonferenzen auf den Leitmesen, veröffentlicht Pressemitteilungen und nutzt wichtige Kommunikationskanäle wie die eigene Homepage, Twitter, regelmäßige Newsletter sowie feste Rubriken in den Magazinen „P & G“ und „Möbel Kultur“. Der weitere Ausbau der sozialen Medien steht für die nächsten Monate an.



Handelsverband Wohnen und Büro e.V.

17. April 2020

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen, liebe Partner aus Industrie, Vertrieb, von der Messe, Vertreter der Medien und all jene, die sich mit unserer Branche verbunden fühlen,

mein Name ist Christina Barton-van Dorp. Ich bin seit 2017 Präsidentin des Handelsverbandes für Koch- und Tischkultur (GPK) und wende mich heute ganz persönlich an Sie.

Mit diesem Brief möchte ich vor allem **Danke sagen!**

Danke sagen Ihnen, liebe Kolleginnen und Kollegen für Ihre **Standhaftigkeit, Ihr Feedback und Ihren Einsatz für unsere Branche.**

Danke sagen unseren Partnern aus der Industrie, den Handelsvertretern und -agenturen, den Einkaufsverbänden, allen voran EK/servicegroup für den vorausschauenden und partnerschaftlichen Umgang miteinander in diesen herausfordernden Zeiten. Das Valutieren von Rechnungen, die kostenlose Stornierung von (Teil-)Aufträgen, das alles ist nicht selbstverständlich. Geht es doch auch, wenn gleich erst zeitlich nachgelagert, um Ihre Existenzen und Ihr Überleben. Den allermeisten ist dies sehr bewusst und das Wissen um die Abhängigkeiten in unserer Branche sind hinlänglich bekannt. Und dennoch gibt es einzelne Unternehmen, die dies (noch?) nicht erkannt haben. Es sind die Krisen, in denen es sich zeigt, wer Freund und wer Feind ist, wer weitsichtig agiert und wer auf kurzfristige Erfolgsmeldungen angewiesen ist.

In den letzten Tagen erreichten uns viele Grüße, gute Wünsche und die vielfach geteilte Hoffnung, dass wir, der Handel, die aktuelle Lage gesund und unbeschadet überstehen. Das zeigt uns, dass wir eben nicht nur in guten Zeiten auf unsere Partner, Lieferanten und Freunde zählen können, sondern dass die allermeisten auch in schweren Zeiten zu uns stehen. Das sind **Reaktionen, die guttun und Hoffnung machen.**

Obwohl unsere Ladengeschäfte aktuell geschlossen sind, sind wir doch mit Fleiß, vollem persönlichen Einsatz und einem ausgeprägten Überlebenswillen dabei. **Kreative Konzepte hinsichtlich Lieferung und Beratung** entstehen, einige nutzen diese Zeit, ihren **Online-Shop** auf Vordermann zu bringen und ihre Social Media-Kanäle zu bespielen. Für



Pressemeldung

2. Juni 2020

GPK-Handelsverband fordert Abschaffung der Mindermengenzuschläge

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur fordert die sofortige Abschaffung der unter den Lieferanten weit verbreiteten Mindermengenzuschläge. Die Corona-Krise hat es deutlich zu Tage gebracht: Mindestbestellmengen und Mindermengenzuschläge passen nicht mehr in die heutige Zeit.

Pressemeldung

Frankfurt/Main, 07. Februar 2020

Cucina bleibt Wachstumstreiber der GPK-Branche Artikel für Tisch und Küche weiterhin gut nachgefragt

Mit 6,19 Milliarden Euro Bruttoumsatz hält sich der Gesamtmarkt GPK/Hausrat auch 2019 auf hohem Niveau und stellt den umsatzstärksten Bereich in den relevanten Ambiente-Marktsegmenten dar. Der Gesamtmarkt der Elektro-Kleingeräte, von dem jedoch nur ein Teil der Küchen- und Haushaltsbranche zugerechnet wird, erfährt mit einem Umsatzplus von 7,6 Prozent und einem Marktvolumen über 5 Milliarden 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 Prozent im Tonwaren- bis hin zu plus 28 Prozent im Schneidwaren-segment.

Pressemeldung

28. September 2020

Handelsverband Koch- und Tischkultur

Das GPK-Fachmagazin „P&G“ erscheint künftig im Ferdinand Holzmann Verlag

Prominenter Zuwachs für das Portfolio des Ferdinand Holzmann Verlags: Als Herausgeber des vor 120 Jahren gegründeten Titels sieht sich der Handelsverband Koch- und Tischkultur in der Verantwortung, das Fachmagazin „P&G“ in ein B2B-Netzwerk einzubinden, das sowohl auf eine digitale und eine auf Print basierende Zukunft ausgerichtet ist. „Der Ferdinand Holzmann Verlag erfüllt diese Voraussetzungen in idealer Weise und ist enger mit der GPK-Branche verbunden als der bit-Verlag mit seinem Fokus auf die Bürowirtschaft, der seit 2013 den Titel bewirtschaftete“, erklärt Thomas Grothkopp, der als langjähriger Geschäftsführer im Handelsverband den Titel „P&G“ verantwortet hat.

Pressemeldung

5. August 2021

Vertriebliche Benachteiligung des Fachhandels – am Ende zahlt der Kunde drauf

Vermehrt bieten Lieferanten über ihre eigenen B2C-Webshops Konditionen an, die dem stationären Fachhandel verwehrt bleiben. Das ist sowohl aus Händler- als auch Verbrauchersicht nicht nachvollziehbar. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) setzt sich für eine partnerschaftliche Krisenbewältigung ein und fordert ein Ende der Wettbewerbsverzerrung.

Pressemeldung

25. Januar 2020

Bürowirtschaft hält den Umsatz

Zufriedenstellende Gesamtlage bei privater und gewerblicher Nachfrage

Der Gesamtbruttoumsatz der PBS-Branche liegt nach vorläufigen Zahlen der Marktforscher des IFH Köln mit 12,75 Milliarden Euro im Jahr 2019 um 0,8 Prozent über dem Vorjahresumsatz. Das entspricht den Erwartungen des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur (HBS). Der stetige Trend zur Digitalisierung der Büroarbeit und das anhaltende Interesse an attraktiven Büros fordert den Bürofachhandel weiterhin heraus.



Pressemeldung

24. März 2021

Weiterbildung 2.0 – Individuelle Online-Lerninhalte und neuestes PBS-Know-how für den Handel

Vielen Unternehmen fehlt die Zeit, passende qualifizierte Weiterbildungsangebote für ihre Mitarbeiter zu recherchieren und diese für die Dauer der Fortbildung im Ladengeschäft zu entbehren. Oft mangelt es aufgrund der starren Kursstruktur an individuell passenden und kompakten Weiterbildungsangeboten.

Pressemeldung

18. Januar 2021

Der Schreibwarenfachhandel ist systemrelevant! Handelsverband Büro und Schreibkultur fordert bundesweite Öffnung

Der Schreibwarenfachhandel kann nicht nachvollziehen, warum u.a. in Baden-Württemberg, Bayern und Berlin der stationäre Handel mit Büro- und Schulbedarf wieder geöffnet hat, in den restlichen Bundesländern hingegen geschlossen bleiben soll. Daher plädiert der Handelsverband Büro und Schreibkultur für die bundesweite Öffnung des stationären Schreibwarenfachhandels. Zumal die Hygienekonzepte im Einzelhandel vorhanden sind und sich bereits in der Praxis bewährt haben. Eine regelmäßige Konzeptanpassung inkl. Zutrittskontrollen gemäß neuester Coronaschutzverordnung sind hier bereits tägliche Routine.

Pressemeldung

14. April 2021

Corona-Krise führt zu Umsatzeinbußen in der Bürowirtschaft. Homeoffice ist der heimliche Krisengewinner.

Corona hat dem PBS-Handel stark zugesetzt und dieser muss sich mittelfristig auf Veränderungen einstellen. Der Streckenhandel konnte 2020 den rückläufigen Umsatz u.a. durch Erweiterung des Produktportfolios abfedern, jedoch nicht gänzlich stoppen.



Pressemeldung

19. Dezember 2019

BVDM auf der imm cologne 2020

Der Handelsverband Möbel und Küchen ist wieder mit eigenem Stand (B09 auf dem Messeboulevard gegenüber Halle 4) auf der imm cologne 2020 vertreten und informiert vor Ort über die Arbeit und Leistungen des Verbandes. Auch 2020 lädt der BVDM die Branche zum BVDM-Treff am Messedonnerstag ein.

Pressemitteilung

Köln, 08. Januar 2020

Konjunktur im Möbelhandel uneinheitlich

Das Jahr 2019 glich einer Berg- und Talfahrt.

Der Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel hat im Jahr 2019 den Umsatz des Vorjahrs um rund 4 Prozent übertroffen und liegt mit 34,2 Milliarden Euro Jahresbruttoumsatz auf hohem Niveau. Dies ergibt sich aus Hochrechnungen auf Basis der ersten zehn Monate 2019 nach Werten des statistischen Bundesamtes. Für 2020 erwartet der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) eine stabile Nachfrage.

Pressemitteilung

15.01.2020

BVDM-Möbel-Taschenbuch 2020 erschienen

Etabliertes Nachschlagewerk für jeden Arbeitsplatz im Möbel- und Küchenhandel

Seit über 25 Jahren begleitet das BVDM-Möbel-Taschenbuch die Führungskräfte und Mitarbeiter des Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels. Es wird jährlich in Zusammenarbeit mit den Experten des Ferdinand Holzmann-Verlags, von Möbelsachverständigen, Dozenten der Fachschule des Möbelhandels und BVDM-Mitarbeitern überarbeitet und erscheint im praktischen DIN A6-Format pünktlich zur imm cologne.

Pressemeldung

16. April 2020

Möbelhandel fordert die Öffnung seiner Häuser

Hygieneregeln sind auf den großen Flächen optimal umsetzbar

Der Möbelhandel kann nicht nachvollziehen, warum die benachbarten Autohäuser und Baumärkte öffnen dürfen, ihm es bei mehr als 800 Quadratmeter Verkaufsfläche jedoch untersagt bleibt. Schließlich haben Möbelmärkte aufgrund ihrer Größe die geringste Zahl an Kunden pro Quadratmeter, Hygieneregeln können dort optimal eingehalten werden. Daher fordert der Handelsverband Möbel und Küchen, dass Möbelsachverständigen, Dozenten der Fachschule des Möbelhandels und BVDM-Mitarbeitern ebenfalls von der Schließung ausgenommen werden.

Für den Kauf von Möbeln und Küchen sind der Onlinehandel oder branchenfremde Vertriebswege kein ernsthafter Ersatz. Die allermeisten Kunden möchten Möbel und Küchen anschauen, eine reale Vorstellung

Pressemeldung des BVDM, VDM & ZGV

18. März 2020

Öffnungsverbote für den Einrichtungs- und Küchenhandel sind keine Betriebsschließungen

Appell der Verbände, die Lieferketten aufrecht zu erhalten

Die Bundesländer Bayern und Nordrhein-Westfalen haben als erste weitreichende Maßnahmen zur Reduktion von Kontakten zwischen Menschen erlassen. Die Bundesregierung hat entsprechende Maßnahmen bundesweit vorgeschlagen. Einige Bundesländer haben diese bereits umgesetzt, sodass kurzfristig damit zu rechnen ist, dass die übrigen Länder nachziehen werden.

Pressemeldung

16. April 2020

Möbelhandel fordert die Öffnung seiner Häuser

Hygieneregeln sind auf den großen Flächen optimal umsetzbar

Der Möbelhandel kann nicht nachvollziehen, warum die benachbarten Autohäuser und Baumärkte öffnen dürfen, ihm es bei mehr als 800 Quadratmeter Verkaufsfläche jedoch untersagt bleibt. Schließlich haben Möbelmärkte aufgrund ihrer Größe die geringste Zahl an Kunden pro Quadratmeter, Hygieneregeln können dort optimal eingehalten werden. Daher fordert der Handelsverband Möbel und Küchen, dass Möbelsachverständigen, Dozenten der Fachschule des Möbelhandels und BVDM-Mitarbeitern ebenfalls von der Schließung ausgenommen werden.

Pressemeldung

14. August 2020

Nachruf auf Hans Strothoff

Mit Hans Strothoff verliert die Branche einen einzigartigen Menschen, einen beherzten Macher, dem es nicht nur um das eigene Unternehmen ging, sondern um das Wohl der gesamten Branche. Es ist charakteristisch für Hans Strothoff, dass er stets die Initiative ergriff – mit der eigenen Hand am Arm, wie er so oft betonte. Auch 2005, als er darauf angesprochen wurde, Präsident des BVDM und damit zugleich Vorstandsvorsitzender der Fachschule des Möbelhandels (MöFa) zu werden, kam seine Zusage ohne langes Zögern. Man spürte es: Das durch den BVDM vertretene Unternehmertum, vor allem aber der Nachwuchs der Branche lagen ihm ganz besonders am Herzen.



Pressemitteilung

Köln, 20. Januar 2021

Konjunktur im Möbel- und Küchenhandel im grünen Bereich

Trotz der widrigen Umstände 2020 blickt der Möbelhandel auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Der Küchenmarkt geht als Wachstumstreiber aus der Krise hervor.

Pressemitteilung

22. Januar 2021

Kirk Mangels in den Vorstand des BVDM kooptiert

Der Vorstand des Handelsverbandes Möbel und Küchen (BVDM) hat in seiner Sitzung im November 2020 Kirk Mangels (MHK Group) in das Gremium kooptiert. Mit diesem Schritt baut der BVDM seine Fachkompetenz weiter aus.

Pressemitteilung von BVDM, VDM & MöFa

19. August 2021

Schulterschluss von Möbelhandel und -industrie bei der zukunftsorientierten Ausrichtung der MöFa

Die Kölner Fachschule legt ihren Fokus künftig auf die gesamte Möbelbranche

Der deutschen Möbelbranche droht in den kommenden Jahren ein gravierender Fachkräftemangel. Dieser Entwicklung wollen Möbelhandel und Möbelindustrie künftig gemeinsam entgegenwirken und die Qualifizierung von Fachkräften mit aller Kraft vorantreiben. Mit gemeinschaftlichem Einsatz sollen zu diesem Zweck die Bildungslehrgänge der Fachschule des Möbelhandels (MöFa) bestmöglich auf die Zukunft der Möbelbranche ausgerichtet werden. Die Überschneidungen sind groß: Die Absolventen der MöFa arbeiten nach ihrer Ausbildung längst nicht mehr nur im Möbelhandel. Ein steigender Anteil der für den Vertrieb und weitere kaufmännische Einsatzbereiche Ausgebildeten findet mittlerweile eine Anstellung in der Möbelindustrie.

CDU

Interaktives Format in Krefeld geplant

Die CDU Krefeld plant ein interaktives Format in Krefeld. Das Format soll die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen und ihnen die Möglichkeit geben, ihre Anliegen zu äußern. Das Format wird am 15. November 2020 um 19 Uhr im Rathaus Krefeld stattfinden. Die Teilnahme ist kostenlos und kostenlos.

Die Linke

Die Linke Krefeld plant ein interaktives Format in Krefeld. Das Format soll die Bürgerinnen und Bürger einbeziehen und ihnen die Möglichkeit geben, ihre Anliegen zu äußern. Das Format wird am 15. November 2020 um 19 Uhr im Rathaus Krefeld stattfinden. Die Teilnahme ist kostenlos und kostenlos.

Die Branche in Zahlen: Bürowirtschaft hält den Umsatz

Die Bürowirtschaft hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz der Bürowirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz der Bürowirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

Cocooning bewahrt die Möbelbranche vor dem Absturz

Die Möbelbranche hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz der Möbelbranche ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz der Möbelbranche ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

markt intern Büro-Fachhandel

Der Markt intern Büro-Fachhandel hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz des Markt intern Büro-Fachhandel ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz des Markt intern Büro-Fachhandel ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

Office Pioneers

Office Pioneers ist ein Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Office-Software spezialisiert hat. Das Unternehmen hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz von Office Pioneers ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz von Office Pioneers ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

Corona-Krise führt zu Umsatzeinbußen

Die Corona-Krise hat zu Umsatzeinbußen in der Bürowirtschaft geführt. Die Bürowirtschaft hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz der Bürowirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz der Bürowirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

Wirtschaft

Die Wirtschaft hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz der Wirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz der Wirtschaft ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.

Schulterschluss

Schulterschluss ist ein Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Office-Software spezialisiert hat. Das Unternehmen hat im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,2 Milliarden Euro erzielt. Das ist ein Anstieg um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz von Schulterschluss ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen. Der Umsatz von Schulterschluss ist im Jahr 2019 um 1,2 Prozent gestiegen.



Messen

ambiente

Als erste Weltleitmesse bekam die Ambiente in 2020 die Auswirkungen von Corona auf das Reiseverhalten zu spüren, und auch Sturmtief Sabine machte sich bemerkbar. Einen Großteil des Besucherrückgangs von bis zu 20 Prozent (2019: 136.000 Fachbesucher) führt die Messe auf den Einfluss von Corona zurück: Viele große deutsche und internationale Handelsunternehmen haben ein Reiseverbot für ihre Mitarbeiter ausgesprochen. Und durch das Sturmtief Sabine kam der Flug- und Bahnverkehr in Deutschland und Europa teilweise völlig zum Erliegen.

Das Thema Nachhaltigkeit nahm eine wichtige Rolle ein. Hier hat die Ambiente für ihre Branche eine Vorreiterrolle übernommen. Die langjährigen Kooperationen mit der World Fair Trade Organization (WFTO) und MADE51, einem Projekt des Flüchtlingswerks der Vereinten Nationen (UNHCR), boten erneut hoch frequentierte Präsentationen und Informationsveranstaltungen. Zudem spiegelte auch der Ethical Style Guide diese Entwicklung deutlich wider.

Frische Impulse setzte die Ambiente auch für die Welt des Designs: Die neue Sonderpräsentation Focus on Design rückte außergewöhnliche Produkte aus Brasilien ins Scheinwerferlicht. Die fünf Designstudios Rodrigo Almeida, Bianca Barbato, Brunno Jahara, Sérgio J. Matos und Rain zeigten herausragende Produkte und gaben detaillierte Einblicke in die aktuelle Kreativszene ihres Landes. Weitere Publikumsmagnete waren die Sonderchau Ambiente Trends sowie die Ausstellung zum German Design Award.

Die Ambiente konnte in 2021 leider wegen der Corona-Pandemie nicht wie gewohnt stattfinden. Die Absage der physischen Messe in diesem Jahr war für alle Branchenakteure äußerst schmerzlich und hat eine Lücke

bei Handel und Industrie hinterlassen. Der Messe Frankfurt ist es mit dem Ersatz, dem „Consumer Goods Digital Day“ gelungen, diese Lücke zu schließen. Der aktuelle und interaktive Mix aus Vorträgen, Workshops, Trendshows, Matchmaking und das Ordern über Nextrade waren ein voller Erfolg und haben dem Fachhandel ein Stück Normalität zurückgebracht. In der aktuellen volatilen Situation, geprägt von temporären Ladenschließungen, Besuchsterminen mit Anmeldung im Einzelhandel, Neuheitenvorstellungen via Webkonferenzen und exponentiellen Zuwachsraten im Onlinehandel hilft nur der konsequente Blick nach vorne. Genau zur richtigen Zeit als Überbrückung bis zum nächsten Messebesuch gab der „Consumer Goods Digital Day“ dem Handel neue Denkanstöße, die direkt fürs Business anwendbar sind.

Als Reaktion auf die sich weiter verschärfende Situation rund um die Coronavirus-Pandemie und vor dem Hintergrund der Herausforderungen, denen sich der deutsche wie auch europäische Handel derzeit stellen muss, ist auch die Tendence 2020 und 2021 abgesagt worden.

nordstil

Die Nordstil 2020 und 2021 ist eine der wenigen Präsenzmessen, die einem Fachpublikum den Messebesuch wieder ermöglichte. In 2021 lockte die Messe 70 Prozent mehr Besucher als zur Vorjahresveranstaltung nach Hamburg. Große Wiedersehensfreude und beste Orderlaune unter gewissenhafter Berücksichtigung des Hygiene- und Schutzkonzepts – so lässt sich die positive Stimmung der Sommer-Nordstil 2021 zusammenfassen.



Mehr Besucher, bessere Orientierung und viel Anklang beim internationalen Fachhandel – am 19. Januar endete die imm cologne 2020, und das Fazit ließ alle Beteiligten positiv in die Zukunft blicken. Die imm cologne prägt die Branche und stärkt dabei die Stellung der deutschen Möbel- und Küchenbranche.

Möbel, Einrichten und insbesondere Küchen rücken traditionell in der dritten Januarwoche verstärkt in den Fokus der Medien. Der deutsche Möbelhandel baut auf die imm cologne und die LivingKitchen. Der Stellenwert von schönem Wohnen bekommt dadurch qualitative und quantitative Impulse. Umso schmerzlicher war für die gesamte Branche die unvermeidbare Absage der wichtigen Leitmesse für 2021.

Der BVDM ist der festen Überzeugung, dass nur eine stabile und starke Messewirtschaft der Garant für ein erfolgreiches B2B- und B2C-Business sein kann. Nur auf dem physischen Marktplatz Messe sind zuverlässige und valide Neukundengewinnung, Stammkundenpflege, Networking, Weiterbildung, Produktpräsentationen, Imagetransfer, Verkaufs- und Vertragsabschlüsse sowie der Aufbau neuer Vertriebswege an einem Ort möglich. Eine erfolgreiche Messewirtschaft ist der Schlüssel für eine langfristige Erholung der Branchenkonjunktur. Es ist Zeit, dass von den Messen verstärkt in 2022 wieder Impulse für die Beschaffung und für den Einkauf gegeben werden können. Die Koelnmesse hat mit B-Safe-4Business Village eindrucksvoll dargestellt, wie unter Einhaltung der Abstands- und Hygienemaßnahmen eine Messe zu Pandemiezeiten funktionieren kann. Dementsprechend wird es immer wichtiger, den Ausstellern und Fachbesuchern die Unsicherheit zu nehmen und einen behutsamen Weg in die wirtschaftliche Normalität zu finden.



Die Paperworld 2020 hat ihre Position als internationale PBS-Fachmesse weiter ausgebaut und ihre Vorreiterstellung als Marktplatz der Neuheiten und Abbild der Branchentrends gefestigt. So waren 92 Prozent der Fachbesucher, laut Besucherbefragung, mit dem Produktangebot sehr zufrieden. Die Paperworld behauptet ihre Position als Pionier der Branche und zeigt ein einmaliges

Produktspektrum sowohl im Bereich gewerblicher Bürobedarf als auch bei den Lifestyleprodukten für den privaten Papier- und Schreibwarenbedarf – damit ist sie die einzige PBS-Fachmesse, die beide Bereiche gleichermaßen abdeckt. Auch das Angebotsinteresse der Besucher ist auf beide Produktgruppen gleichermaßen verteilt. Besonders gefragt sind Büropapiere und Versandmaterialien (34 Prozent) gefolgt von Schreib- und Zeichengeräten, Büro- und Schreibtischausstattungen, Organisationsmittel, Kalender und Notizbücher sowie Drucker- und EDV-Zubehör.

Umso schmerzlicher war für die gesamte Branche die unvermeidbare Absage der wichtigsten Leitmesse für April 2021. Auch die physischen Messen „Orgatec“ in Köln und die „Insights-X“ in Nürnberg mussten 2020 digital erfolgen bzw. für 2021 abgesagt werden. Zu viele potenzielle Aussteller und Fachbesucher hatten ihre Teilnahme abgesagt.

Der HBS ist der festen Überzeugung, dass von den Messen bald wieder Impulse für die Beschaffung und für den Einkauf gegeben werden können. Bis dahin ist der Fachhandel für jede proaktive Aktivität seitens der Messe wie bspw. der „Consumer Goods Digital Day“ dankbar. Hier wurden Themen wie Digitalisierung des PoS, Social Commerce und Konsumentenverhalten behandelt sowie mehrwertbringende Workshops angeboten, die für die Zukunft des Handels wegweisend sind.



FOTOS: MESSE FRANKFURT GMBH, NORDSTIL: JEAN-LUC VALENTIN,
DINING: PETRA WELZEL, STIFTE PAPERWORLD: JENS LIEBCHEN;



Die Fachhandelsbereiche des HWB sind auf den Leitmessen Ambiente, imm cologne, Orgatec und Paperworld mit einem eigenen Stand für ihre Mitglieder vertreten. Darüber hinaus sind folgende Messen fest im Terminkalender des HWB verankert:



MAISON&OBJET



creativeworld

christmasworld

tendence

TRENDSET





Fördermitglieder der Fachverbände



boss
BÜROWIRTSCHAFT INTERNATIONAL

BRUNNEN 

BÜRO*RING*

HSM®


interseroh
zero waste solutions

 **KÖNIG +
NEURATH**

LAMY

 messe frankfurt

Newell Rubbermaid
Brands That Matter™

SIGNAL IDUNA 

 Soennecken

Spielwarenmesse eG 

UHU®

wegscheider
office solution 
einfach überzeugend



Mitarbeit in Institutionen und Gremien

Mitarbeit in Institutionen und Gremien	HBS	BVDM	GPK
Handelsverband Deutschland e.V. (HDE), Berlin:			
» Delegiertenversammlung	•	•	•
» Präsidium	•	•	•
» Rechtsausschuss	•	•	•
» Arbeitskreis E-Commerce	•	•	•
» Umweltausschuss	•	•	•
» Europaforum	•	•	•
» Nonfood-Ausschuss	•	•	•
» Arbeitskreis Fachschulen und Bildungseinrichtungen des Handels		•	
» Bildungspolitischer Ausschuss	•	•	•
» Redaktionsbeirat Handelsjournal	•	•	•
Zentralstelle für Berufsbildung im Einzelhandel (zbb), Berlin	•	•	•
Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, Bad Homburg	•	•	•
Verein Fachschule des Möbelhandels, Köln	•	•	•
Deutsches Institut für Normung (DIN), Berlin/Köln		•	
Institut für Handelsforschung (IFH), Köln	•	•	•
Branchenbeiräte Transportverpackung Interseroh, Köln	•	•	
EDV-Ausschuss Industrieverband IBA, Wiesbaden	•		
Deutsches Netzwerk Büro (DNB), Heidelberg	•		
Arbeitsgemeinschaft die Moderne Küche (AMK), Mannheim		•	
IWO furn Beirat		•	
Fachbeirat IMM Cologne/LivingKitchen, Köln		•	
Fachbeirat Orgatec, Köln	•		
Fachbeirat Interzum, Köln	•	•	
Fachbeirat Paperworld, Frankfurt/Main	•		
Arbeitskreis zur Regionalmesse „Nordstil“, Hamburg	•	•	•
Branchenvertretertreffen zur Messe „Tendence“, Frankfurt/Main		•	•
DCC Fachbeirat Handel		•	

HDE und Landesverbände

HDE und Landesverbände

Handelsverband Deutschland (HDE)
Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin
www.hde.de

Handelsverband Deutschland (HDE)

Büro Brüssel
Avenue des Nerviens 85, 1040 Bruxelles
www.einzelhandel.de

Landesverbände

Handelsverband Nord e.V.

Hamburg Schleswig-Holstein Mecklenburg-Vorpommern
Hopfenstraße 65, 24103 Kiel
www.hvnord.de

Handelsverband Niedersachsen-Bremen e.V.

Hinüberstraße 16, 30175 Hannover
www.handelsverband-nb.de

Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.

Mehringdamm 48, 4. OG, 10961 Berlin
www.hbb-ev.de

Handelsverband Mitteldeutschland e.V. (Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen):

Handelsverband Sachsen e.V.

Könneritzstraße 3, 01067 Dresden
www.handel-sachsen.de

Handelsverband Sachsen-Anhalt e.V.

Breiter Weg 232a, 39104 Magdeburg
www.handelsverband-saanh.de

Handelsverband Thüringen e.V.

Futterstraße 14, 99084 Erfurt
www.handelsverband-thueringen.de

Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.

Kaiserstraße 42 a, 40479 Düsseldorf
www.handelsverband-nrw.de

Handelsverband "Mitte"

Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland e.V.
Ludwigsstraße 7, 55116 Mainz
www.hvmittle.de

Handelsverband Baden-Württemberg e.V.

Neue Weinsteige 44, 70180 Stuttgart
www.hv-bw.de

Handelsverband Bayern e.V.

Brienner Straße 45, 80333 München
www.hv-bayern.de



Screenshot: www.einzelhandel.de

Zur Kartenübersicht und zur Suche nach Postleitzahlen

(zur schnellen Recherche des zuständigen

Landes- oder Regionalverbandes) gelangt man über die Seite:

www.einzelhandel.de/regionen

www.einzelhandel.de/mitglied-werden



Adressen und Ansprechpartner

Präsidien

HWB Präsidium

Michael Ruhnau (Vorstandsvorsitzender)

Bonsels Bürotechnik GmbH
Stadionstraße 1, 35683 Dillenburg
www.bonsels.de

Christina van Dorp (Vorstandsmitglied)

Wilh. van Dorp KG
Münsterplatz 25, 53111 Bonn
www.vandorp.de

Markus Meyer (kooptiert)

City-Polster Handels GmbH
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern

Stefan Storch (Schatzmeister)

D. F. Rabe & Co. KG
Am Wall 153 – 156, 28195 Bremen
www.rabe-am-wall.de

BVDM Präsidium

Markus Meyer (Sprecher des Präsidiums)

City-Polster Handels GmbH
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern
www.city-polster.de

Oliver Höner

Musterring International
Josef Höner GmbH & Co. KG
Hauptstr. 134-140
33378 Rheda-Wiedenbrück
www.musterring.de

Kirk Mangels

MHK Group AG
Hans-Strothoff-Platz 1, 63303 Dreieich
www.mhk.de

Günther Härtl (Ehrenpräsident)

härtl küchenwelt GmbH
Gewerbepark Untere Au 13, 35745 Herborn
www.haertl-kuechenwelt.de

GPK Präsidium

Christina van Dorp (Präsidentin)

Wilh. van Dorp KG
Münsterplatz 25, 53111 Bonn
www.vandorp.de

Michael Berz

Siller & Laar GmbH & Co. KG
Fuggerplatz 8, (Philippine-Welser-Str. 30), 86150 Augsburg
www.siller-laar.de

Peter Franzen

Hermann Franzen GmbH & Co. KG
Königsallee 42, 40212 Düsseldorf
www.franzen.de

Maximilian Schreiner

Max Schreiner GmbH & Co. KG
Salzburgergasse 2, 93047 Regensburg
www.schreiner-regensburg.de

Stefan Storch

D. F. Rabe & Co. KG
Am Wall 153 – 156, 28195 Bremen
www.rabe-am-wall.de

Carl Reckers (Ehrenpräsident)

Handelsberatung Reckers
Steinstr. 3, 59368 Werne
creckers@porzellan-reckers.de

HBS Präsidium

Michael Ruhnau (Präsident)

Bonsels Bürotechnik GmbH
Stadionstraße 1, 35683 Dillenburg
www.bonsels.de

Carla Gundlach (Vizepräsidentin)

bi-markt büro & ideen
Bürobedarfsgesellschaft mbH & Co. KG
Hannoversche Str. 82, 49084 Osnabrück
www.bimarkt.de

Dr. Benedikt Erdmann

Soennecken eG
Soennecken-Platz, 51491 Overath
www.soennecken.de

Helmut Fleischer

office 360 GmbH
Gustav-Adolf-Str. 30, 30167 Hannover
www.office360.de

Kirsten Haller

Büro-Bedarf-Balke GmbH
Am Knick 10 - 16, 22113 Oststeinbek
www.balke-hamburg.de

Martin Kunow

PBS Deutschland Dienstleistungs GmbH
Im Kleifeld 28, 31275 Lehrten/Ahlten
www.pbsdeutschland.de

Birgit Lessak

Schreiben und Basteln
Birgit Lessak e.K.
Bahnhofstr. 54, 12305 Berlin
birgitlessak@gmx.de

Jörg Schaefers

Büroring eG
Einkaufs- und Marketing-Kooperation
Siemensstr. 7, 42781 Haan
www.bueroring.de

Christian Schmidt

Prisma Fachhandels AG
Dieselstr. 12-14, 42781 Haan
www.prisma.ag

Ulf Ohlmer (Ehrenpräsident)

Wilh. F. Kassebeer GmbH & Co. KG
Matthias-Grünwald-Str. 42
37154 Northeim
www.bueroboss.de

Armin Schröter (Ehrenpräsident)

Schröter Bürobedarf + EDV-Zubehör GmbH
Tempelsweg 4, 47918 Tönisvorst
www.schroeter-buerozentrum.de

Weitere Fachverbände des Handels

BHB - Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Hohenzollernring 14, 50672 Köln
www.bhb.org



**Bundesfachverband
Deutscher Reformhäuser e.V. (refo)**
Ernst-Litfass-Str. 16, 19246 Zarrentin
www.refo-berater.de

**Bundesverband des
Deutschen Sanitätsfachhandels e.V. (BVS)**
Weinsbergstraße 190, 50825 Köln
www.bvs-info.de

Bundesverband Parfümerien e.V.
Kaiserstr. 42a, 40479 Düsseldorf
www.parfuemerieverband.de

Bundesverband Schwimmbad und Wellness e.V. (bsw)
An Lyskirchen 14, 50676 Köln
www.bsw-web.de

Gesamtverband Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.
Hardenbergstr. 9 a, 10623 Berlin
www.gdm-online.com

Handelsverband Juweliere e.V. (BVJ)
An Lyskirchen 14, 50676 Köln
www.bv-juweliere.de

**Handelsverband des
Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH)**
Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin
www.bvlh.net

Handelsverband Lederwaren (BLE)
Weinsbergstr. 190, 50825 Köln
www.lederwareneinzelhandel.de

Handelsverband Schuhe (BDSE)
Weinsbergstr. 190, 50825 Köln
www.bdse.org

Handelsverband Spielwaren (BVS)
An Lyskirchen 14, 50676 Köln
www.bvspielwaren.de

Handelsverband Tabak (BTWE)
An Lyskirchen 14, 50676 Köln
www.tabakwelt.de

Handelsverband Technik (BVT)
An Lyskirchen 14, 50676 Köln
www.bvt-ev.de

Handelsverband Textil (BTE)
Weinsbergstr. 190, 50825 Köln
www.bte.de

vds - Verband Deutscher Sportfachhandel e.V.
Bavariaring 49, 80336 München
www.vds-sportfachhandel.de

Verband der Bettenfachgeschäfte (VDB)
Weinsbergstr. 190, 50825 Köln
www.vdb-verband.org

Verband des deutschen Zweiradhandels (VDZ)
Große-Kurfürsten-Str. 75, 33615 Bielefeld
www.vdz2rad.de

Verband Deutscher Drogisten (VDD)
Hinüberstraße 18, 30175 Hannover
www.drogistenverband.de

Allgemeine Branchenadressen

Bildungszentrum des Einzelhandels Niedersachsen

Kurzer Ging 47, 31832 Springe
www.bze-springe.de

Bund Deutscher Innenarchitekten BDIA e.V.

Wilhelmine-Gemberg-Weg 6, 10179 Berlin
www.bdia.de

Der Mittelstandsverbund - ZGV e.V.

Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin
www.mittelstandsverbund.de

EHI Retail Institute GmbH

Spichernstr. 55, 50672 Köln
www.ehi.org

GfK Retail and Technology GmbH

Nordwestring 101, 90419 Nürnberg
www.gfk.com

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133, 50825 Köln
www.gs1-germany.de

Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin
www.hde.de

Handelsverband Deutschland (HDE) Büro Brüssel

Avenue des Nerviens 85, 1040 Bruxelles
www.einzelhandel.de

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b, 50858 Köln
www.ifhkoeln.de

Interseroh Dienstleistungs GmbH

Stollwerckstr. 9 a, 51149 Köln
www.interseroh.de

marketmedia24

Sürther Hauptstr. 190 b, 50999 Köln
www.marketmedia24.de

Signal Iduna Gruppe

Joseph-Scherer-Str. 3, 44139 Dortmund
www.signal-iduna.de

Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie (Heimtex)

Hans-Böckler-Str. 205, 42109 Wuppertal
www.heimtex.de

Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG)

Robert-Koch-Str. 20, 53501 Grafschaft-Gelsdorf
www.garten-center.de

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.

Landgrafenstr. 24 b, 61348 Bad Homburg
www.wettbewerbszentrale.de

Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH)

Lilienthalallee 4, 60487 Frankfurt am Main
www.zveh.de

BVDM Adressen

Partnerverbände

Arbeitsgemeinschaft

Die Moderne Küche (AMK)

Harrlachweg 4, 68163 Mannheim
www.amk.de

Europäischer Verband des Möbelhandels

Fédération Européenne du Négoce de
Hof-ter-Vleestdreef 5, 1070 Anderlecht (Bruxelles)
www.fena-furniture.com

Fachverband Matratzenindustrie

Hans-Böckler-Str. 205, 42109 Wuppertal
www.matratzenverband.de

Verband der Deutschen

Wohnmöbelindustrie (VdDW)

Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford
www.vhk-herford.de

Verband der Deutschen Polstermöbelindustrie (VdDP)

Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford
www.vhk-herford.de



Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK)

Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford
www.vhk-herford.de

Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM)

Flutgraben 2, 53604 Bad Honnef
www.moebelindustrie.de

Verein Fachschule des Möbelhandels e.V.

Markus Meyer (Vorstandsvorsitzender)

City-Polster Handels GmbH
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern
www.city-polster.de

Oliver Höner (Vorstandsmitglied)

Musterring International
Josef Höner GmbH & Co. KG
Hauptstr. 134-140, 33378 Rheda-Wiedenbrück
www.musterring-gallery.de

Dirk Scharmer

(Geschäftsführendes Vorstandsmitglied)

Fachschule des Möbelhandels e.V.
Frangenheimstr. 6, 50931 Köln
www.moefa.de

Kuratorium

Ralf Falkenberg (Vorsitzender)

Schäfer Inneneinrichtung
Kölner Str. 286, 40227 Düsseldorf
www.schaefer-inneneinrichtung.de

Peter Hartkopf (Kuratoriumsmitglied)

Hartkopf & Cie. Personalberatung GmbH
Schloßstr. 20 / Süd, 51429 Bergisch Gladbach
www.hartkopfcie.de

Andreas Hoster (Kuratoriumsmitglied)

Hoster Küchen & Einrichtungen GmbH
Hülser Str. 500, 47803 Krefeld
www.hoster-kuechen.de

Stephan Müller (Kuratoriumsmitglied)

Polster Aktuell Hessen GmbH & Co. KG
Oderstr. 16, 63452 Hanau
www.polsteraktuell.de

Schulleitung

Sabine Gantzkow (Schulleiterin)

Sarah Lehmler (Stv. Schulleiterin)

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln
www.moefa.de

Verein zur Förderung der Möbelfachschule Köln e.V.

Markus Meyer (Vorstandsmitglied)

City Polster Handels GmbH
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern
www.city-polster.de

Oliver Höner (Vorstandsmitglied)

Musterring International
Josef Höner GmbH & Co. KG
Hauptstr. 134-140, 33378 Rheda-Wiedenbrück
www.musterring-gallery.de

Dirk Scharmer (Geschäftsführer)

Fachschule des Möbelhandels e.V.
Frangenheimstr. 6, 50931 Köln
www.moefa.de

Führungsakademie für die Möbelwirtschaft gGmbH

Dirk Scharmer (Geschäftsführer)

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln
www.fuehrungsakademie-moebel.de

Sachverständigenrat

Soweit Zweigstellen bestehen, stehen diese Kontaktdaten
auf der Homepage des Sachverständigenrates:
www.moebelsachverstaendige.de

Alexander Laakes (Vorsitzender)

Häusserstr. 14, 81929 München
Vereidigt bei: IHK München/Oberbayern
Bestallung: Möbel aus industrieller Fertigung,
Postermöbel, Innenausbau und Einbauküchen
www.sv-laakes.de

Peter Kliemann (2. Vorsitzender)

Berliner Str. 15, 14169 Berlin
Vereidigt bei: IHK Berlin
Bestallung: Einbauküchen
www.moebel-kliemann.de

Andreas Meyer (3. Vorsitzender)

Lambsbachstr. 49, 66424 Homburg
Vereidigt bei: IHK Saarbrücken

Bestallung: Kastenmöbel, insbesondere Küchenmöbel,
Polstermöbel
SV-A.Meyer@gmx.de

J. Andreas Rauh (Ehrenvorsitzender)

Obere Büch 2, 91054 Buckenhof bei Erlangen
Vereidigt bei: IHK Nürnberg
Bestallung: Möbel und Polstermöbel, Objekt-
einrichtungen, Einbauküchen, Innenausbau in Holz
j.andreas.rauh@t-online.de

Ingo Schmiedeknecht (Ehrenvorsitzender)

Mauritiusstr. 31, 44723 Bochum
Vereidigt bei: IHK Essen Bestallung: Möbel und Polster-
möbel, Einbauküchen, Innen- und Objekteinrichtungen,
Innenausbau in Holz, Schäden an- und Bewertungen
www.ingo-schmiedeknecht.de

Joachim Michael Ganz (Mitglied)

Schwarzer Weg 20, 32549 Bad Oeynhausen
Vereidigt bei: IHK Bielefeld
Bestallung: Möbel, Einbauküchen,
Objekteinrichtungen, Innenausbau in Holz &
Holzwerkstoffen sowie Polstermöbel
www.moebelsachverstaendiger-ganz.de

Axel Grässle (Mitglied)

Südring 12, 76473 Iffezheim
Vereidigt bei: IHK Karlsruhe
Bestallung: Einbauküchen
www.sv-graessle.de

Hans-Jürgen Hacker (Mitglied)

Mittelstr. 1, 46562 Voerde
Vereidigt bei: IHK Duisburg
Bestallung: Möbel, Polstermöbel, Einbauküchen
und Inneneinrichtung, Objekteinrichtungen, Hausrat,
Bewertungen, Schadenfeststellungen
Tel.: 0281/414 21

Jürgen Haupt (Mitglied)

Jahnstr. 7, 72285 Pfalzgrafenweiler
Vereidigt bei: IHK Pforzheim
Bestallung: industriell gefertigte Polstermöbel
juergen.Haupt@gmx.net

Michaela Hilger (Mitglied)

Zur Heide 35, 53639 Königswinter
Vereidigt bei: IHK Bonn
Bestallung: Küchen, Möbel und Polstermöbel,
Wasserbetten
mhilger@web.de

Manfred Kopmann (Mitglied)

Stränger Str. 18, 33775 Versmold
Vereidigt bei: IHK Ostwestfalen zu Bielefeld
Bestallung: Industriell gefertigte Möbel,
Einbauküchen und Polstermöbel
www.kopmannsv.de

Peter Krämer (Mitglied)

Bunsenstr. 2, 40215 Düsseldorf
Vereidigt bei: IHK Trier
Bestallung: industriell gefertigte Möbel, Einbauküchen,
Polstermöbel, Objekt- und Inneneinrichtungen, Hausrat
www.sachverstaendiger-moebel.de

Anette Krug (Mitglied)

Friedrichstr. 44, 74385 Pleidelsheim
Vereidigt bei: IHK Region Stuttgart
Bestallung: industriell gefertigte Polstermöbel
www.moebelgutachten.com

Christoph Lechtermann (Mitglied)

Virchowstr. 27, 26382 Wilhelmshaven
Vereidigt bei: IKH Oldenburg
Bestallung: Einbauküchen und industriell
gefertigte Kastenmöbel
www.lechtermann.de



Torsten Nöhring (Mitglied)

Schnizleinstraße 3, 91541 Rothenburg o.d.T
tnoehring@t-online.de

Eckhard Pfeiffer (Mitglied)

Mühlenpfad 15, 53547 Hausen
Vereidigt bei: IHK Koblenz
Bestellung: industriell gefertigte Polster und Ledermöbel
www.polsterservice.de

Ulrike Stürmer-Rennemann (Mitglied)

Moylandstr. 7, 47804 Krefeld
Vereidigt bei: IHK mittl. Niederrhein
Bestellung: Möbel, Polstermöbel, Einbauküchen
karlheinz.stuermer@t-online.de

Antoaneta Trommer (Mitglied)

Enge Gasse 24, 09599 Freiberg
Vereidigt bei: IHK Chemnitz
Bestellung: Möbelbezüge aus Leder und Kunstleder
at.expertise@t-online.de

Ingo Völker (Mitglied)

Knüllblick 14, 34628 Willingshausen
Vereidigt bei: IHK Kassel
Bestellung: industriell gefertigte Möbel
(ohne Polstermöbel)
Ingo.Voelker@freenet.de

Bernd Wagner (Mitglied)

Ahornstr. 20, 95339 Neuenmarkt
Vereidigt bei: IHK Bayreuth
Bestellung: Möbelbezugsstoffe, Flachgewebe und
Dekostoffe einschließlich Velour und Epinglé
www.vsv-wagner.de

Josef Werner (Mitglied)

Weißer Str. 38, 50996 Köln
Vereidigt bei: IHK Köln
Bestellung: Möbel-Inneneinrichtungen in Holz und Holzwerkstoffen, Polstermöbel, Einbauküchen sowie Hausrat
Sachverst.Werner@t-online.de

Verbundgruppen

Alliance Möbel

Marketing GmbH & Co. KG
Marie-Curie-Str. 6, 53359 Rheinbach
www.alliance.de

A-plus Küchenprofi GmbH

Donastr. 15, 93333 Neustadt a.d. Donau
www.aplus-kuechenprofi.de

B/u/K Bund unabhängiger

Küchenspezialisten GmbH
Dr.-Eugen-Schön-Str. 14, 97332 Volkach
www.buk-gmbh.info

**Begros Bedarfsgüter Großhandelsgesellschaft
für Wohnung und Heim mbH**

Graf Zeppelin Str. 5, 46149 Oberhausen
Tel.: 0208/994 93-0
www.begros.de

Creative Inneneinrichter GmbH & Co. KG

Spreestr. 3, 64295 Darmstadt
www.creative-inneneinrichter.de

Der Kreis Systemverbund

Holding GmbH & Co. KG
Mollenbachstr. 2, 71229 Leonberg
www.derkreis.de

Der Küchenring GmbH & Co. KG

Marie-Curie-Str. 6, 53359 Rheinbach
www.kuechenring.de

Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG

An der Wesebreede 2, 33699 Bielefeld
www.einrichtungspartnerring.com

EK/servicegroup eG

Elpke 109, 33605 Bielefeld
www.ek-servicegroup.de

EMV - Europa Möbel-Verbund GmbH & Co. KG

Ampertal 8, 85777 Fahrenzhausen
www.emverbund.de

GARANT Holding GmbH

Hauptstr. 143, 33378 Rheda-Wiedenbrück
www.garant-gruppe.de

GfMTrend Möbeleinkaufsverbund

Donastr. 15, 93333 Neustadt
www.gfm-trend.de

GIGA International GmbH & Co. KG

Mergentheimer Str. 59, 97084 Würzburg
www.giga-verband.com

K3 Möbeleinkauf + Marketing GmbH

Birkenweg 15, 74257 Untereisesheim
www.k3-moebel.de

KMG Zumbrock GmbH

Küchen Marketing Gesellschaft
Im Gehaak 2, 99887 Georgenthal
www.kmg-zumbrock.de

Küche&Co GmbH

Ein Unternehmen der Otto Group
Werner-Otto-Str. 1-7, 22179 Hamburg
www.kueche-co.de

KüchenTreff GmbH

Harpstedter Str. 60, 27793 Wildeshausen
www.kuechentreff.de

MHK Group AG

Hans-Strothoff-Platz 1, 63303 Dreieich
www.mhk.de

MZE Möbel-Zentral-Einkauf GmbH

Lohweg 31, 85375 Neufahrn bei Freising
www.mze.de

**Pro Öko Servicegesellschaft ökologischer
Einrichtungshäuser mbH**

Subbelrather Str. 24, 50823 Köln
www.oekocontrol.com

GPK Adressen

Partnerverbände

Bundesverband Glasindustrie e.V.

Hansaallee 203, 40549 Düsseldorf
www.bvglas.de

Europäischer Verband Lifestyle e.V. (EVL)

Schlingener Str. 4, 86842 Türkheim
www.forum-lifestyle.de

**GGKA - Fachverband Gastronomie- und
Großküchen-Ausstattung e.V.**

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln
www.ggka.de

**Industrieverband Schneid- und
Haushaltswaren e.V. (IVSH)**

Neuenhofer Str. 24, 42657 Solingen
www.ivsh.de

Verband der Keramischen Industrie e.V. (VKI)

Schillerstr. 17, 95100 Selb
www.keramverbaende.de

**Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH)
Fachkreis Hausrat/GPK**

Eichendorffstr. 3, 40474 Düsseldorf
www.zhh.de

Verbundgruppen

**E.I.S. Beschaffungs- und Marketing GmbH & Co.
für Eisenwaren, Baubeschlag, Bauelemente und
Werkzeuge KG**

Von-Hünefeld-Str. 97, 50829 Köln
www.eis-verband.de

E/D/E Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH

EDE-Platz 1, 42389 Wuppertal
www.ede.de



**EGUFER Handelsgesellschaft europäischer
Metallwarengroßhändler mbH**

Von-Hünefeld-Str. 97, 50829 Köln
www.egufer.de

EK/servicegroup eG

Elpke 109, 33605 Bielefeld
www.ek-servicegroup.de

H.B.O. System Center GmbH & Co. KG

Dietrichsweg 64, 26127 Oldenburg
www.hbo-systemcenter.com

Nordwest Handel AG

Robert-Schumann-Str. 17, 44263 Dortmund
www.nordwest.com

WHB - Ware Handel Beratung GmbH

Elpke 109, 33605 Bielefeld
www.verband-whb.de

HBS Adressen

Fördermitglieder

ABC Glückwunschkarten A. Boss + Co AG

Grubenstr. 22, 3322 Schönbühl, Schweiz
www.abc-cards.ch

Avery Zweckform GmbH

Miesbacherstr. 5, 83626 Oberlaindern
www.avery-zweckform.eu

Baier & Schneider GmbH & Co. KG

Wollhausstr. 60 - 62, 74072 Heilbronn
www.brunnen.de

BFL Leasing GmbH

Mergenthalerallee 42, 65760 Eschborn
www.bfl-leasing.de

C. Josef Lamy GmbH

Grenzhöfer Weg 32, 69123 Heidelberg
www.lamy.com

Eastern Graphics GmbH

Albert-Einstein-Str. 1, 98693 Illmenau
www.easterngraphics.com

Fellowes GmbH

Fliegerstr. 1, 30179 Hannover
www.fellowes.de

HSM GmbH + Co. KG

Austr. 1 - 9, 88699 Frickingen
www.hsm.eu

**Konica Minolta Business
Solutions Deutschland GmbH**

Europaallee 17, 30855 Langenhagen
www.KonicaMinolta.de

König + Neurath AG

Büromöbel-Systeme

Industriestr. 1-3, 61184 Karben
www.koenig-neurath.de

Kores Deutschland GmbH

Rudolf-Diesel-Straße 19
41569 Rommerskirchen
www.kores.de

**KYOCERA Document Solutions
Deutschland GmbH**

Otto-Hahn-Str. 12, 40670 Meerbusch
www.kyoceradocumentsolutions.de

NWL Germany Office Products GmbH

Albert-Einstein-Ring 17, 22761 Hamburg
www.newellrubbbermaid.com

PBS Deutschland GmbH

Im Kleifeld 28, 31275 Lehrte/Ahlten
www.pbsdeutschland.de

PBS Network GmbH

Rosensteinstr. 9, 70191 Stuttgart
www.pbsnetwork.eu

Schneider Schreibgeräte GmbH

Schwarzenbach 9, 78144 Schramberg
www.schneiderpen.de

STABILO International GmbH

Schwanweg 1, 90562 Heroldsberg
www.stabilo.com

STAEDTLER Mars Deutschland GmbH

Moosackerstr. 3, 90427 Nürnberg
www.staedtler.de

tesa SE

Hugo-Kirchberg-Straße 1, 22848 Norderstedt
www.tesa.de

UHU GmbH & Co. KG

Herrmannstr. 7, 77815 Bühl
www.uhu.de

wegscheider office solution gmbh

Kirchenplatz 3, 91093 Heßdorf
www.wegscheider-os.de

Verbundgruppen & Leasinggesellschaften

BFL Leasing GmbH

Mergenthalerallee 42, 65760 Eschborn
www.bfl-leasing.de

Büroring eG

Einkaufs- und Marketing-Kooperation

Siemensstr. 7, 42781 Haan
www.bueroring.de

duo schreib & spiel

**Verwaltungsgesellschaft mbH & Co.
Vertriebs KG**

Wilhelm-Kabus-Str. 75, 10829 Berlin
www.duo-shop.de

EK/servicegroup eG

Elpke 109, 33605 Bielefeld
www.ek-servicegroup.de

**InterEs Handels- und
Dienstleistungs GmbH & Co. KG**

Edisonstr. 15, 90431 Nürnberg
www.inter-es.de

Prisma Fachhandels AG

Dieselstr. 12-14, 42781 Haan
www.prisma.ag

Soennecken eG

Soennecken-Platz, 51491 Overath
www.soennecken.de

Partnerverbände und Institutionen der Bürowirtschaft

**Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und
Verleger von Glückwunschkarten (AVG)**

Wildmoos 9, 82266 Inning
www.avgcard.de

**BITKOM – Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e.V.**

Albrechtstr. 10, 10117 Berlin
www.bitkom.org

**Bundesarbeitsgemeinschaft für Sicherheit
und Gesundheit bei der Arbeit (Basi) e.V.**

Alte Heerstr. 111, 53754 Sankt Augustin
www.basi.de

**Büropa-Stiftung im Stifterverband für
die Deutsche Wissenschaft**

Deutsches Stiftungszentrum GmbH

Barkhoven Allee 1, 45239 Essen
www.stifterverband.org

Deutsches Netzwerk Büro e.V. (DNB)

Vangerowstraße 14/1, 69115 Heidelberg
www.dnb-netz.de



Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V. (GKV)

Gertraudenstr. 20, 10178 Berlin
www.gkv.de

Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e.V. (HPV)

Chausseestr. 22, 10115 Berlin
www.hpv-ev.org

IAO - Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO)

Nobelstr. 12, 70569 Stuttgart
www.iao.fraunhofer.de

IBA - Industrieverband Büro und Arbeitswelt e. V.

Bierstadter Str. 39, 65189 Wiesbaden
www.iba.online

Industrieverband Schreiben, Zeichnen, Kreatives Gestalten e.V. (IVSZ)

Fürther Str. 17a, 90429 Nürnberg
www.isz-ev.de

Verband der PBS-Markenindustrie

Leostr. 22, 40545 Düsseldorf
www.pbs-markenindustrie.de

Verband Deutscher Papierfabriken e.V.

Adenauerallee 55, 53113 Bonn
www.vdp-online.de

Verband Hobby-Kreativ. e. V.

Ringstr. 33 a, 92318 Neumarkt
www.initiative-hobbykreativ.de

Wirtschaftsverband Papierverarbeitung (WPV) e.V.

Hilpertstr. 22, 64295 Darmstadt
www.wpv-ev.de



HWB Handelsverband Wohnen und Büro

GPK

Handelsverband
Koch- und Tischkultur

HBS

Handelsverband
Büro und Schreibkultur

BVDM

Handelsverband
Möbel und Küchen

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-30

www.hwb.online

Redaktionsschluss: 15. Oktober 2021

Redaktion: Christian Haeser (verantwortlich),
Oliver Hagemann, Dirk Scharmer

Grafik: Marlon Armbröster, Marion Schult, Yannick Sindt
Ferdinand Holzmann Verlag, Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg

Mitarbeit: Kathrin Schnabel, Nora Rabah-Martelock,
Doris Pietrowicz

Fotos Rückseite: links oben: Messe Frankfurt Exhibition GmbH /
Jens Liebchen, rechts oben: Messe Frankfurt Exhibition GmbH /
Jean-Luc Valentin, unten rechts: Koelnmesse GmbH / Harald Fleissner,
unten links: Messe Frankfurt Exhibition GmbH / Jean-Luc Valentin



 HWB
Handelsverband
Wohnen und Büro

Geschäftsstelle | Frangenheimstraße 6 | 50931 Köln

Tel.: 0221/940 83 - 50 **HWB** – hwb@hwb.online
 - 20 **GPK** – gpk@hwb.online
 - 30 **HBS** – hbs@hwb.online
 - 51 **BVDM** – bvdm@hwb.online