

PRESSE-INFO

Neue Studie „Branchen-SPIEGEL Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2018“ erschienen

2017 reichte es nur für eine schwarze Null

Köln, 15. Januar 2018 - Während der Gesamtmarkt 2017 stagnierte, blicken die im Verband der PBS-Markenindustrie zusammengeschlossenen Hersteller durchaus zufrieden auf das abgelaufene Jahr zurück. „Der Wachstumstrend bei Markenartikeln hält weiter erfreulich an. Markenartikel bleiben gegenüber NoNames und Private Label weiterhin hoch im Kurs der Kunden“, so Geschäftsführer Thomas Bona. Dieses Szenario spiegelt das Dilemma, in dem sich die Papier-, Bürobedarf- und Schreibwarenbranche im Vorfeld der Leitmesse Paperworld 2018 bewegt. Für die Mehrheit war zwischen Massenmarkt, analogen Wurzeln und einer digitalen Zukunft 2017 lediglich ein Nullwachstum drin. Marketmedia24 zufolge gaben die Deutschen vor allem für Grußkarten, Kalender, Alben/Diarien (plus 1,8 Prozent) sowie für Schreibgeräte (plus 1,1 Prozent) mehr Geld aus als im Vorjahr.

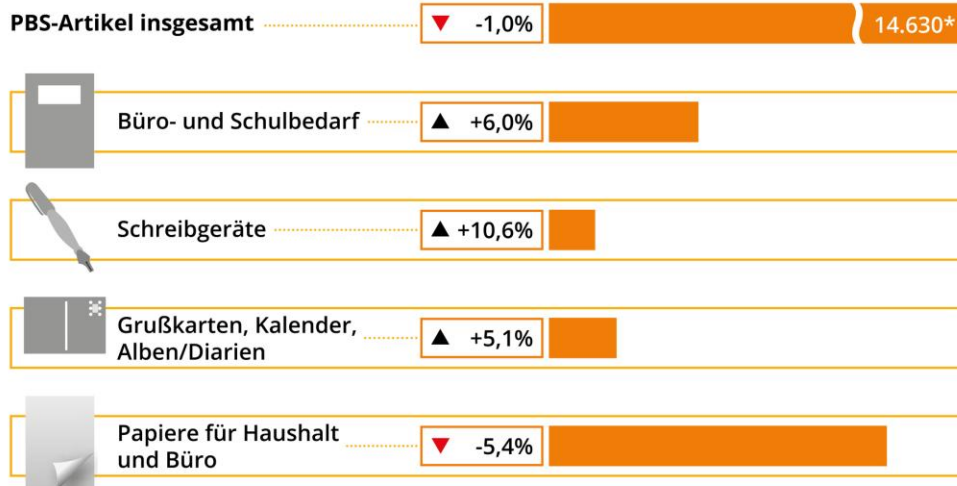
Steigende Schülerzahlen oder Renner wie Ausmalbücher für Erwachsene, modische Marker-Farben, trendige Designs oder Lizenzen reichen nicht aus, um den Markt für Papier, Bürobedarf und Schreibwaren (PBS) durchgreifend zu dynamisieren. So ist die Industrie auf der Suche nach Innovationen, die das analoge und damit zum Teil hoch emotionale Erbe der Branche mit digitalen Entwicklungen und Lösungen verbinden. Dabei setzt man auf die kreative Mitwirkung sozialer Netzwerke, auch um diese Zielgruppen als Kunden zu erreichen.

Um neue Kundennähe kämpft auch der stationäre Fachhandel, dessen Marktanteil und Umsatz 2017 erneut zurückging. Ein Modell für den neuen PBS-Handel liefert das Ladenkonzept von Ortloff, Köln. Das Fachgeschäft, das seit 2015 unter Soennecken-Flagge segelt, begeistert nach Komplett-Umbau als Concept-Store Brancheninsider und Konsumenten. „Kunden wünschen sich in Zeiten eintöniger Innenstädte mit immer gleichen Filialketten gut geführte Einzelhandelsgeschäfte, die sich durch ihre Individualität ein eigenes Gesicht zum Kunden schaffen und Farbtupfer setzen, die Besucher und Bewohner in die Innenstädte locken“, skizzierte Dr. Benedikt Erdmann, Vorstandssprecher der Soennecken eG, die Motivation der Genossenschaft, ins Endkundengeschäft einzusteigen.

Von solchen Leuchttürmen abgesehen bleibt das Leben als stationärer Fachhändler schwer. Ausweichstrategien gleichen denen der Kollegen anderer Branchen: Cross-Merchandising im Sinne von Impulssortimenten und Zusatzumsatz, Profilierung und Erlebniskauf. Parallel entwickelt sich der Distanzhandel zwar mäßig aber kontinuierlich aufwärts, wie Marketmedia24 im neu erschienenen „Branchen-SPIEGEL Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2018“ aufzeigt. Insgesamt steigt der Druck auf alle Verantwortlichen, und diese drehen an der Preisschraube. Das macht weniger starke Marken schwächer, worunter der Handel leidet. Da wird schon mal der Ruf nach Handelsmarken laut, doch der Fachhandel braucht Industriemarken. „Hello new perspectives“ heißt passenderweise das Motto zur Paperworld-Messe 2018. Es ist an der Branche, dieses Motto mit Leben zu füllen.

Branchen-SPIEGEL Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2018

Umsatzentwicklung im Jahresvergleich 2017 gegenüber 2013



* Angabe in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen

Nicht nur gegenüber Vorjahr schwächelt der deutsche PBS-Markt. Auch im Vergleich zu 2013 zeigt sich für die in der neuen Studie analysierten 20 Warengruppen im Ergebnis eine negative Umsatzentwicklung auf. Einzig Schreibgeräte schlossen mit einem zweistelligen Plus von 10,6 Prozent ab.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen „Branchen-SPIEGEL Papier, Bürobedarf und Schreibwaren 2018“, der belastbare Marktdaten für 20 Warengruppen und alle relevanten Vertriebskanäle bis zum Jahr 2019 liefert. Die Studie ist zum Preis von 370,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.508 Zeichen inkl. Leerzeichen | 458 Wörter

Suchen Sie Gesprächsstoff zu Ihren Marktthemen und Bilder, die Sie inspirieren? Dann werfen Sie einen Blick in den Marketmedia24-Blog - für neue Querverbindungen im Kopf: <http://blog.marketmedia24.de>

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Die Autorinnen und Autoren, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Messen und Branchenevents, sprechen mit Marktplayern und -partnern, gehen zu Herstellern, in Handelshäuser und Vorstandsetagen und beraten, coachen und referieren nach Maß.

Das wissenschaftliche Fundament für die Autoren-Recherche liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie kennen die entsprechenden Konsumgütermärkte und Handelskanäle und ergründen sie täglich per Primär- und Sekundärforschung. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.