

PRESSE-INFO

Neue Studie fokussiert die Tisch-, Trend- und Lifestyle-Branche

Interaktiver Handel 2017 mit zweistelligem Plus

Köln, 9. Januar 2018 - Es geht was in der Branche, deren Kernkompetenz auf Tisch-, Trend- und Lifestyle-Produkten fußt. „Sogar der von manchem Insider in Frage gestellte gedeckte Tisch kommt bei den Konsumenten an, wenn Sortiments- und Storekonzept stimmen“, weiß Branchenexpertin Eva Barth-Gillhaus, Marketmedia24. Mit leicht erhöhtem Marktvolumen stiegen 2017 auch die Pro-Kopf-Ausgaben erneut über den Vorjahreswert. Allerdings profitieren die stationären Vertriebswege von der Lust auf die 18 Warengruppen, die im neuen „Branchen-REPORT Tisch-, Trend- und Lifestyle 2018“ analysiert werden, nur in geringem Maß bzw. in Einzelfällen, denn interaktive Händler haben mit einem zweistelligen Umsatzplus ganz klar die Nase vorn.

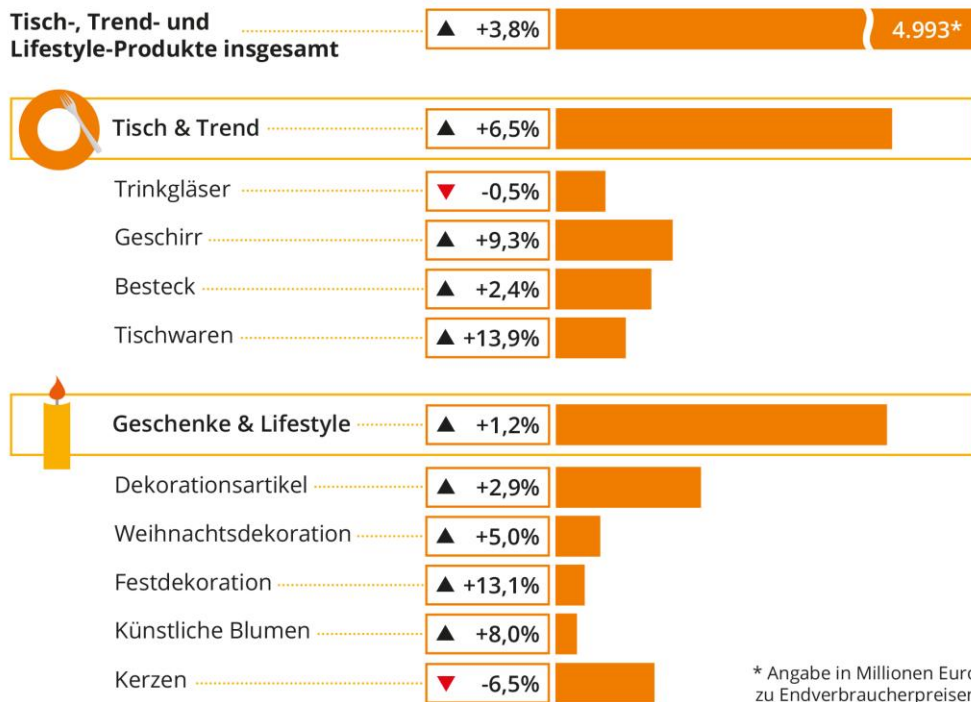
Trotz aller Chancen und Optionen in der spannenden Internetwelt ist das Ende der stationären Fahnenstange jedoch längst nicht erreicht. Das gilt umso mehr für eine Branche, bei der Emotionalität zum genetischen Code gehört. Dass in der richtigen Emotionalisierung und der authentischen Kommunikation das Erfolgsrezept des stationären Einzelhandels liegt, das beweisen entsprechende Fachhandelskonzepte ebenso wie Pop-Up-Stores nicht nur der Onliner, Start-Ups, Concept-Stores oder moderne Showrooms, die den Handel einerseits zum Treffpunkt - zum „Social Store“ - und andererseits zum spannenden Ort für Entdeckungen machen.

Doch während sich in der Küche alles um neue Ernährungstrends und Gerichte dreht, bleibt für Teller, Tassen, Gläser, Besteck & Co. fast alles beim Alten. So werden laut einer im Auftrag von Marketmedia24 durchgeführten Verbraucherbefragung rund 30 Prozent der Glas-, Porzellan- und Keramik-Käufe als Ersatz- bzw. konkrete Bedarfskäufe getätigt. Das führt schon fast zwangsläufig in den interaktiven Handel. Tatsächlich würden Impulse, Produktinnovationen sowie PR-Anstöße durch die Industrie nicht nur ihr selbst, sondern auch vor allem den stationären Anbietern auf die Sprünge helfen. Das gilt ebenso für Geschenke und Lifestyle-Produkte, also Dekorationsartikel, Weihnachts- und Festdekoration, künstliche Blumen und Kerzen.

Es wird sich lohnen, die Lust auf die Branche anzukurbeln. Denn es spricht viel dafür, dass es weiter aufwärts gehen kann. Ausgehend von den gegenwärtigen Erkenntnissen über die wichtigsten Markteinflüsse wird nämlich das Marktvolumen bis 2025 gegenüber 2013 um gut 8 Prozent wachsen, so ein Ergebnis aus dem optimistischen Szenario im neuen Branchenreport. Aber selbst dann werden alle Vertriebsformen, die bereits heute mit rückläufigen Umsatzentwicklungen kämpfen, weiter an Marktbedeutung verlieren, wenn sie keinen Konzept- bzw. Strategiewechsel herbeiführen.

Tisch, Trend & Lifestyle auf Erfolgskurs

Umsatzentwicklung im Jahresvergleich
2017 gegenüber 2013



Nicht nur gegenüber Vorjahr legten fast alle Warengruppen rund um den gedeckten Tisch 2017 zu. Positiv fällt das Wachstum auch im Jahresvergleich 2017 zu 2013 aus. Dass sich dagegen das Umsatzplus für den Gesamtmarkt vergleichsweise gering zeigt, ist der oft preisgetriebenen Absatzpolitik der Geschenke- und Lifestyle-Warengruppen geschuldet.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Die vollständigen Ergebnisse sind veröffentlicht im neuen „Branchen-REPORT Tisch, Trend und Lifestyle 2018“, der belastbare Markt- und Vertriebsentwicklungen bis zum Jahr 2025 liefert. Die Studie ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter studien@marketmedia24.de oder sie steht zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.129 Zeichen inkl. Leerzeichen | 420 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.