

**BVDM**  
Handelsverband  
Möbel und Küchen

**GPK**  
Handelsverband  
Koch- und Tischkultur

**HBS**  
Handelsverband  
Büro und Schreibkultur

**BFT**  
Handelsverband  
Farben und Tapeten

# Geschäftsbericht 2017/2018



**Geschäftsstelle**

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 83 - ..., Fax: -90

HWB	- 30	hwb@wohnenundbuero.de
HBS	- 30	hbs@wohnenundbuero.de
BVDM	- 50	bvdm@wohnenundbuero.de
GPK	- 20	gpk@wohnenundbuero.de
BFT	- 60	bft@wohnenundbuero.de

www.wohnenundbuero.de



# Inhaltsverzeichnis

---

## I. Allgemeiner Teil (für alle Branchen)

Inhaltsverzeichnis	1
Vorwort	2
Geschäftsstelle	3
Wirtschaftslage	4
Messen	16
Organisationsstruktur	18
Institutionen und Gremien	20
Pressearbeit	22

## II. Branchenbezogener Teil

### BVDM

BVDM Präsidium	24
BVDM – Highlights der Branche	26
Aufgaben und Leitbild	28
Institutionen und Gremien	29
Tätigkeiten und Projekte	30
Messen	34
Qualifikation und Ausbildung	36
Publikationen	40

### GPK

GPK Präsidium	42
GPK – Highlights der Branche	44
Aufgaben und Ziele	46
Tätigkeiten und Projekte	48
Medien und Öffentlichkeitsarbeit	52
Messen	54
GPK Branchentagung in Leipzig	55

### HBS

HBS Präsidium	58
HBS – Highlights der Branche	60
Aufgaben und Leitbild	62
Institutionen und Gremien	63
Fördermitglieder HBS und forum bürowirtschaft	64
Tätigkeiten und Projekte	66
Messen	68
Qualifikation und Ausbildung	70
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit	72

## III. Anhang

Übersicht	73
-----------	----

Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB)  
Handelsverband Büro und Schreibkultur (HBS)  
Handelsverband Koch- und Tischkultur e.V. (GPK)  
Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM)  
Handelsverband Farben und Tapeten (BFT)

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 83-30, Fax: -90  
www.wohnenundbuero.de

Redaktionsschluss: 01. September 2017

Redaktion: Thomas Grothkopp (verantwortlich), Imke Ide, André F. Kunz, Thomas Schnabel, Cathrin Klitzsch

Grafik: fly.design, Britta Welle, 50354 Hürth, www.flydesign-koeln.de

Mitarbeit: Natalie Albrecht, Nora Rabah-Martelock

Fotos:

Titel: (v.l.n.r., v.o.n.u.): Messe Frankfurt, Koelnmesse, Messe Frankfurt, AMK

Rückseite: (v.l.n.r., v.o.n.u.): Koelnmesse, Messe Frankfurt, Messe Frankfurt

## Vorwort

Demografischer Wandel, geändertes Verbraucherverhalten, technologische Neuerungen und Digitalisierung - die Strukturen des Einzelhandels verändern sich nachhaltig. Um in diesem Strukturwandel neue Perspektiven aufzuzeigen, einer Verödung der Innenstädte und einer Unterversorgung im ländlichen Raum entgegenzuwirken, hat das Bundeswirtschaftsministerium die Dialogplattform Einzelhandel entwickelt.

Der Online-Handel wächst mit zweistelligen Wachstumsraten, die Umsätze im stationären Handel gehen zurück. Das bleibt nicht ohne Auswirkungen auf das Bild der Städte und auf die Versorgung der Bevölkerung in den ländlichen Regionen. In der Trendfortschreibung bis 2020 wird der stationäre Einzelhandel nur noch 78 Prozent der Umsätze des Einzelhandels generieren können. Da der Online-Handel wächst, der Gesamtmarkt aber stagniert, befindet sich der stationäre Handel in einem Verdrängungswettbewerb. 38 Prozent der Verbraucher fahren wegen ihrer Online-Käufe weniger in die Innenstädte, 27 Prozent seltener in die Randgebiete.

Die Einrichtungsbranchen sind davon unterschiedlich betroffen. Der großflächige Möbelhandel musste immer schon mit auffälliger Werbung die Kunden anziehen, zu ihm zu reisen. Fachgeschäfte in der Innenstadtlage, gleichgültig, ob als Einrichtungshäuser, als Schreibwaren- und Bürobedarfsgeschäfte oder als Geschäfte für Tisch- und Küchenausstattung, Wohnaccessoires und Geschenkartikel, sind darauf angewiesen, dass Politik und Verwaltung die Erreichbarkeit und Aufenthaltsqualität ihrer Zentren stärken. Die Forderung der Städte nach der Dialogplattform war ein Hilferuf. Nun müssen aus den Erkenntnissen Konsequenzen gezogen werden.

Die Umsetzung liegt in der Hand der Länder – Stichwort Sonntagsöffnung – und der Kommunen. Von der Bundesregierung fordert der HDE den Wechsel von einer täglichen zu einer wöchentlichen Höchst Arbeitszeit, analog zur EU-Arbeitszeitrichtlinie. Gleichzeitig müssen Unternehmen und Arbeitnehmer für die Digitalisierung fit gemacht werden mit dem Ausbildungsberuf E-Commerce-Kaufmann/ Kauffrau ab 2018.

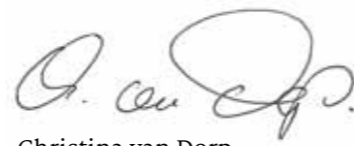
Köln, den 1. September 2017



Hans Strothoff  
Präsident  
Handelsverband  
Möbel und Küchen (BVDM)



Michael Ruhnau  
Präsident  
Handelsverband  
Büro und Schreibkultur (HBS)



Christina van Dorp  
Präsidentin  
Handelsverband  
Koch- und Tischkultur (GPK)

## Geschäftsstelle



Thomas Grothkopp  
Hauptgeschäftsführer  
HWB, BVDM, GPK, HBS



André F. Kunz  
Geschäftsführer  
BVDM, Möbelfachschule, HWB



Cathrin Klitzsch  
Referentin  
GPK



Thomas Schnabel  
Referent  
HBS



Imke Ide  
Referentin  
BFT, HWB



Natalie Albrecht  
Organisation  
BVDM, HWB



Nora Rabah-Martelock  
Organisation  
HBS, HWB



Kathrin Schnabel  
Organisation  
GGKA

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 83 - ..., Fax: -90

HWB - 30  
HBS - 30  
BVDM - 50  
GPK - 20  
BFT - 60

www.wohnenundbuero.de  
hwb@wohnenundbuero.de  
hbs@wohnenundbuero.de  
bvdm@wohnenundbuero.de  
gpk@wohnenundbuero.de  
bft@wohnenundbuero.de

## Wirtschaftslage

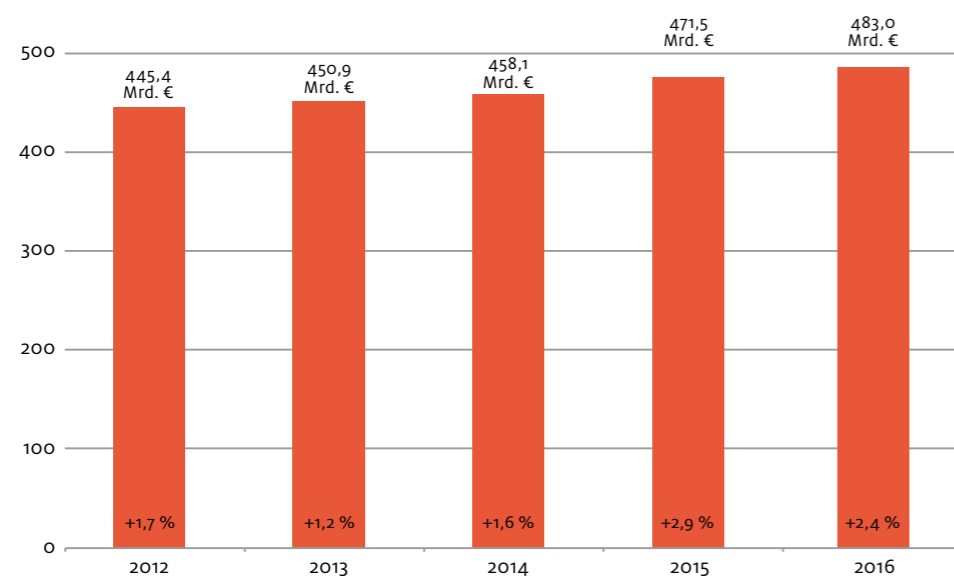
### Anhaltend gute Konsumstimmung

Die günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen setzten sich im Jahr 2016 fort. Das Bruttoinlandsprodukt stieg weiter an, wesentlich beeinflusst durch den Konsum. Gute Voraussetzung dafür waren die steigenden Einkommen durch Gehälter, Löhne und Vermögen sowie die weiter positive Entwicklung am Arbeitsmarkt mit Rekordwerten von 43,5 Mio. Erwerbstätigen und einem deutlichen Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Bis Ende 2017 soll die Zahl der Erwerbstätigen auf 44,4 Mio. ansteigen. Die Preissteigerungsrate war mit 0,5 % im Jahr 2016 weiterhin gering, auch die Einzelhandelspreise stiegen nur um diesen Wert.

Der Gesamtumsatz des Einzelhandels (ohne KFZ, Tankstellen, Apotheken) stieg im Jahr 2016 um nominal 2,4 % und somit auf 483,0 Mrd. Euro an. Damit verläuft auch der Fünfjahrestrend der Einzelhandelsumsätze ungebrochen nach oben (siehe Grafik).

Trotz der positiven Lage nimmt im Handel die Diskussion über den Strukturwandel durch die Digitalisierung nach wie vor großen Raum ein. Dazu gehören auch Maßnahmen gegen die Verödung von Innenstädten, die Vernetzung der Vertriebsformen zu Multichannel, die Anpassung der bestehenden Ausbildungsberufe an neue Anforderungen und die Entwicklung neuer Berufe wie Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce.

Einzelhandel ohne KFZ, Tankstellen, Apotheken – Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE

Die folgenden Institute und Unternehmen geben neben dem Statistischen Bundesamt Daten zu den jeweiligen Branchenbereichen des Einzelhandels heraus. Über die genannten Quellen können weitere Informationen und Marktdaten bezogen werden:

- BBE Handelsberatung München und IFH Institut für Handelsforschung Köln (Möbel, Küchen, Bürowirtschaft, GPK, Heimtextilien)
- EHI und Der Mittelstandsverbund – ZGV (Möbel)
- GfK (alle Branchen)
- IFH Institut für Handelsforschung Köln (Farben, Bau- und Heimwerkerbedarf)
- Möbelindex BBE Handelsberatung/ Ferdinand Holzmann Verlag mit Möbelkultur (Möbel, Küche)
- Unternehmensberatung Titze, Neuss (Möbel, Küche)

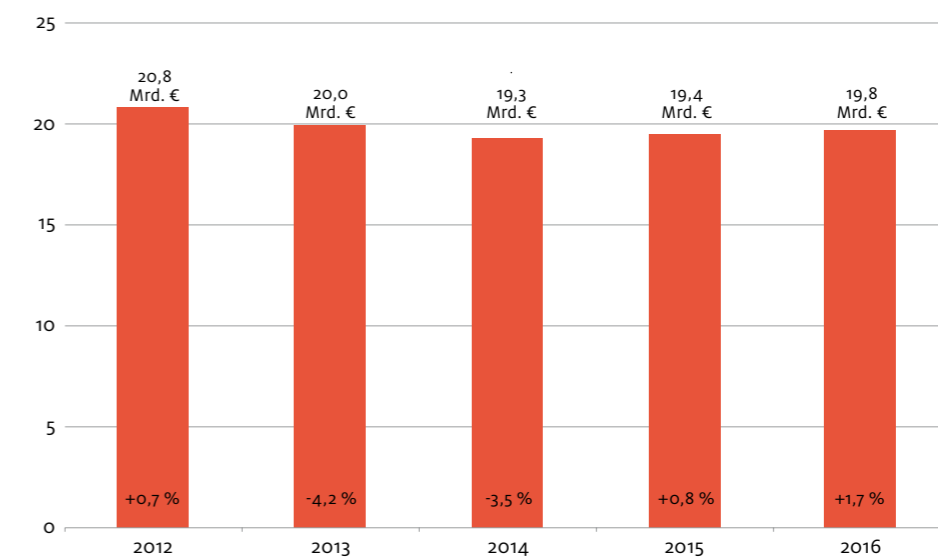
Im Jahr 2016 entwickelte sich der Bereich „Bauen und Wohnen“ insgesamt positiv weiter. In der Bürowirtschaftsbranche nahmen die Umsätze in allen drei Bereichen (PBS-Strecke, PBS-Laden, Büroeinrichtung) zu. Die stärkste Steigerung erzielten die Büroeinrichter, deren Umsätze sich um 13 % steigerten. Im Möbel- und Küchenhandel stiegen die Umsätze um 2,5 %. Umsatzsteigerungen erzielten auch die Segmente Farben, Lacke und Bau/Heimwerkerbedarf sowie Heimtextilien. Nur der Bereich Koch- und Tischkultur tat sich schwer, lediglich mit Küchenausstattung ließen sich Umsatzzuwächse generieren.

Die ersten Monate des Jahres 2017 starteten gut, die Steigerungsrate - aufgelaufen bis Juni - lag bei + 3,3 %. Die Prognose des Handelsver-

bandes Deutschland (HDE) für das Gesamtjahr 2017 wird zur Jahresmitte bei + 3,0 % eingeordnet, womit die Umsätze des Einzelhandels insgesamt auf 501 Mrd. € steigen könnten. Der Onlinehandel wächst prozentual schneller, +11 % werden prognostiziert.

Die Konjunkturumfrage des HDE im Frühjahr 2017 ergab eine überwiegend gute Beurteilung der Geschäftslage. Allerdings gehen die Einschätzungen je nach Unternehmensgröße deutlich auseinander, denn gerade kleine Unternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten stehen unter großem Druck und leiden unter einer schwierigen Geschäftslage. Bei allen größeren Betriebsformen überwiegen die positiven Beurteilungen.

Facheinzelhandel mit Farbe, Bau- und Heimwerkerbedarf – Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2011, eigene Berechnungen BFT

### Der Fachhandel mit Produkten der Raumausstattung

Neben den Raumausstattungsfachmärkten und –fachhändlern ist dieser Einzelhandelsbereich zwischen Handwerk (Raumausstattung und Maler) und Bau- und Heimwerkermärkten positioniert. Die Sortimente umfassen Lacke, Farben, Tapeten, Heimtextilien, Sonnenschutz und Bodenbelag, die gesamte Produkt-Palette, die zur Ausstattung von Räumen verwendet wird. Je nach Verfügbarkeit von Marktzahlen werden im Folgenden unterschiedliche Segmente der Branche und der Produktgruppen betrachtet.

Der Facheinzelhandel mit Farbe, Bau- und Heimwerkerbedarf umfasst die großen Baumarktunternehmen, aber auch sehr viele kleine und Kleinstunternehmen mit ähnlichen Sortimenten. 89 % der Unternehmen, die in der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes (Destatis) diesem Branchenbereich zugerechnet werden, erzielen Umsätze von unter 2 Mio. Euro und gehören damit gemäß der Definition der EU zu den Kleinstunternehmen. Filialisten werden in der Statistik meist als ein Unternehmen gewertet. Die zwölf Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 250 Mio. Euro erwirtschaften allein knapp 43 % des gesamten Branchenumsatzes. Filialisten werden in dieser Statistik meist als ein Unternehmen geführt.

In der Säulengrafik (siehe Seite 5) beziehen sich die Umsätze der Branche auf einen Basis-

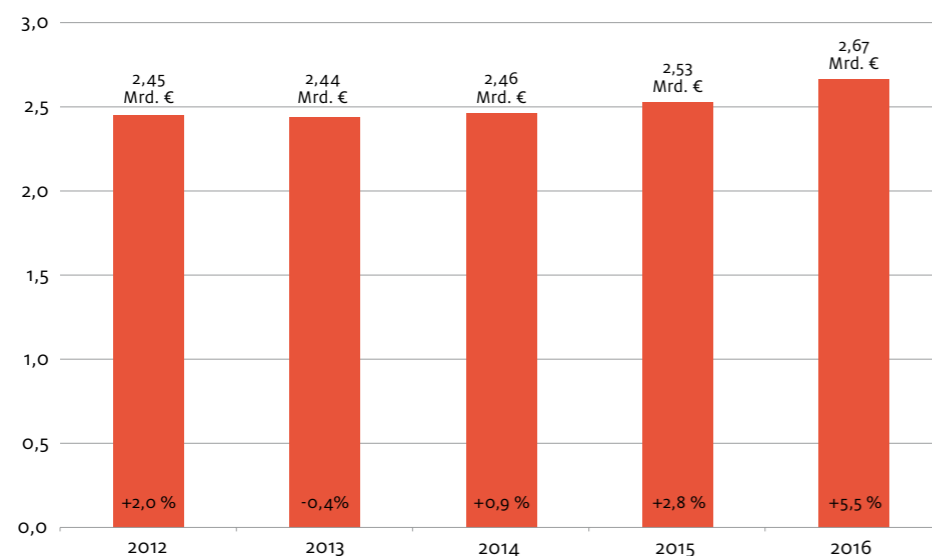
wert aus dem Jahr 2011, auf den die Umsatzentwicklung mit Hilfe der Veränderungsrate hochgerechnet wurde. Im Jahr 2016 erzielte die Branche eine Umsatzsteigerung von 1,7 %. Das Gesamtvolumen der Umsätze beläuft sich auf 19,8 Mrd. Euro. Der Trend geht wieder nach oben, in der Fünfjahresübersicht war 2014 das Jahr mit den geringsten Umsätzen.

Für den Facheinzelhandel mit Heimtextilien, Bodenbelag und Tapeten ergab sich auch im Jahr 2016 ein deutlicher Anstieg der Umsätze um 5,5 %. Das Gesamtvolumen stieg damit auf 2,67 Mrd. Euro an. Im Fünfjahrestrend stiegen die Umsätze nach der Stagnation im Jahre 2013 kontinuierlich an. Die hier berücksichtigten Unternehmen sind überwiegend klein. In der Umsatzsteuerstatistik gehören in der Rubrik Einzelhandel mit überwiegend Heimtextilien, Bodenbelag und Tapete 96 % der Unternehmen in die Gruppe mit Umsätzen unter 2 Mio. Euro pro Jahr.

Die Verkaufsfläche des Fachhandels mit überwiegend Tapeten, Bodenbelag, Heimtextilien und Teppichen betrug 2014 2,3 Mio. Quadratmeter, die des Fachhandels mit überwiegend Farben, Lacken, Bau- und Heimwerkerbedarf 13,6 Mio. Quadratmeter. (Strukturerhebung, Destatis).

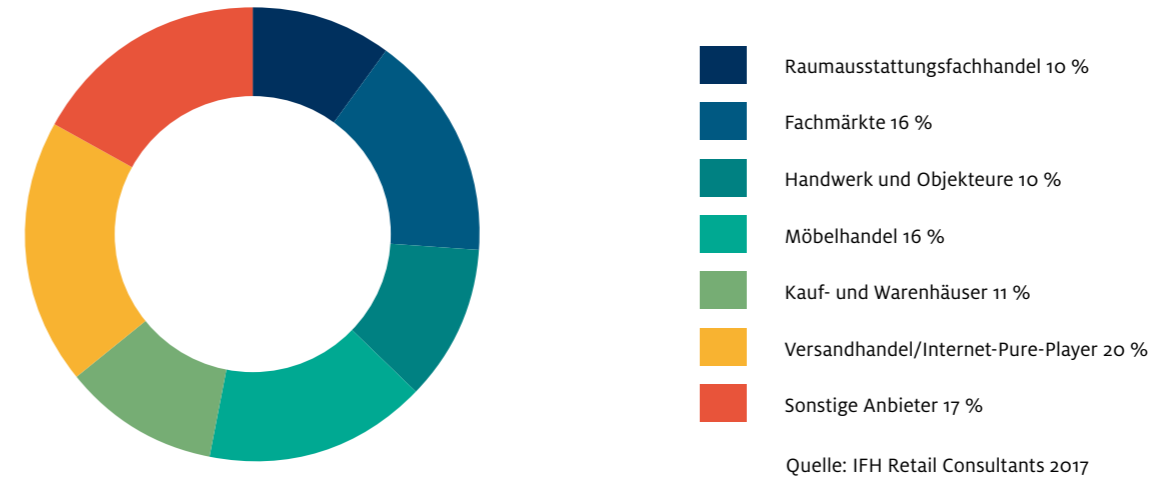
Die Vertriebswege für Haus- und Heimtextilien sind sehr heterogen. Insgesamt beziffern die IFH-Experten das Marktvolumen auf 10,1 Mrd. Euro. Abweichend von den Umsatzzahlen im Fünfjahrestrend werden hier auch

Facheinzelhandel mit Heimtextilien, Bodenbelag und Tapeten – Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: Statistisches Bundesamt 2011, eigene Berechnungen BFT

### Vertriebswege Haus- und Heimtextilien



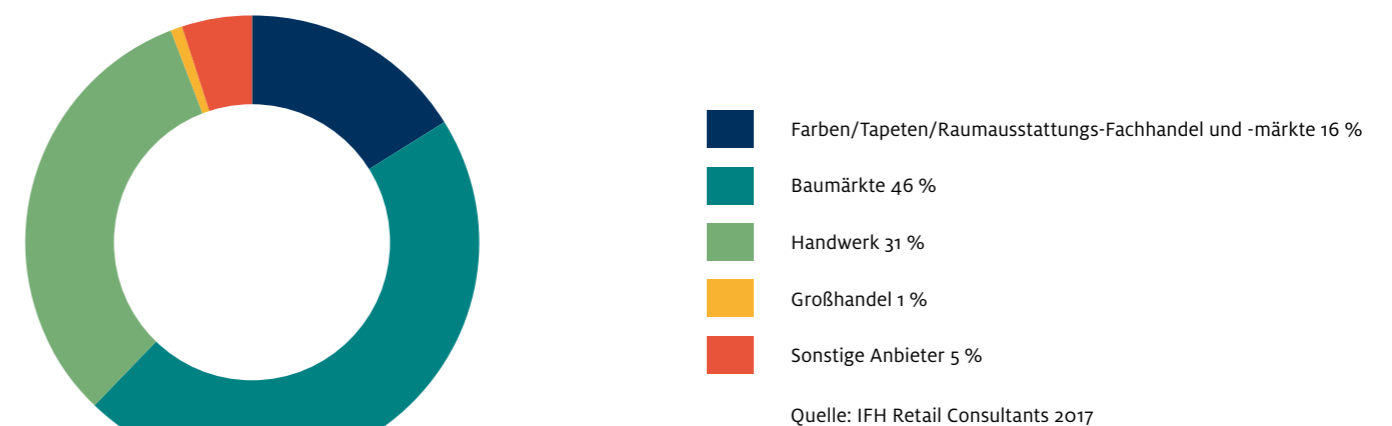
Bettwaren und andere Haustextilien zum Markt gerechnet. Raumausstattungsfachhandel und Fachmärkte zusammen machen ein knappes Drittel des Gesamtmarktes aus. Über Fachmärkte gelangen 16 %, über den Raumausstattungsfachhandel 10 % der Produkte zum Kunden. Der Möbelhandel hält 16 %, Handwerk und Objekteure 10 % des Umsatzes. Versender inklusive Internet-Pure-Player erzielen inzwischen einen Anteil von 20 %. Die IFH-Marktbeobachter sehen die Entwicklung positiv, das stabilisierte Volumen langfristig bei über 10 Mrd. Euro.

Die Vertriebswegegrafik für Farben, Lacke und Tapeten zeigt den bedeutenden Anteil der Baumärkte mit inzwischen 46 %. Der Farben-,

Tapeten- und Raumausstattungsfachhandel vertreibt 16 % der Produkte. Der Anteil der Farben, Lacke und Tapeten, der über das Handwerk zum Kunden gelangt, liegt bei 31 %. Das Volumen des Gesamtmarktes im Jahre 2016 wird vom Institut für Handelsforschung (IFH) mit 3,8 Mrd. Euro (ohne MwSt.) beziffert.

Der wirtschaftliche Rahmen bleibt günstig - allerdings abgeschwächt im Vergleich mit den Vorjahresbedingungen. Die Umsätze sind aufgelaufen bis Mai 2017 beim Einzelhandel mit überwiegend Farben, Lacken, Bau- und Heimwerkerbedarf um 1,2 % gestiegen und beim Einzelhandel mit überwiegend Heimtextilien, Bodenbelag und Tapeten gingen sie im selben Zeitraum um 0,9 % leicht nach oben.

Vertriebswege Farben/Lacke und Tapeten





### Entwicklung des Möbel- und Küchenhandels

Die Deutschen lieben es, sich zu Hause schön einzurichten und es sich gemütlich zu machen. Wohnen und Einrichten genießen in Deutschland einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert. Einmal mehr kann man dies auch an der Entwicklung des deutschen Möbel- und Küchenmarktes für das Jahr 2016 ablesen.

Im Jahr 2016 hat die Branche einen um 2,5 % höheren Umsatz als in 2015 erzielt und liegt nun bei 28,1 Mrd. Euro Jahresumsatz (ohne MwSt.). Betrachtet man die Umsatzentwicklung der Sortimentsbereiche, so sind Küchenmöbel mit 25 % Umsatzanteil nach wie vor die stärkste Warengruppe, gefolgt von Polstermöbeln mit 22 % sowie Schlafzimmern mit 13 % und Wohnzimmermöbeln mit 11 %. Der absolute Dauerbrenner Boxspringbetten trägt bei den Schlafzimmern wesentlich zu den Umsätzen bei und kann die Rückgänge bei den sonstigen Schlafzimmern überkompensieren.

Die Möbel- und Küchenbranche ist eine typisch mittelständische Einzelhandelsbranche. Vertriebsformen jeglicher Art begegnen sich hier im Wettbewerb. Vom Mitnahmemarkt über das spezialisierte Fachgeschäft bis hin zum großen Wohnkaufhaus und den Onlinehandel reicht das vielseitige Angebot. Der Verbraucher kann frei wählen, wo er sich

für seine Bedürfnisse am besten beraten und bedient fühlt, ob für ihn der Preis, eine gute Auswahl oder fachkundige Beratung im Vordergrund stehen.

Dank starker Einkaufsverbände, zu denen mehr als 80 % aller Handelsbetriebe mit über 60 % Anteil am Branchenumsatz gehören, können in dieser Branche auch kleinere und mittlere Unternehmen erfolgreich arbeiten.

Zur Möbel-, Küchen- und Einrichtungsbranche im engeren Sinn zählt das statistische Bundesamt knapp 9.000 Unternehmen. Die Zahl der Beschäftigten im Einrichtungshandel entspricht mit 100.000 dem Vorjahresniveau. Viele Unternehmen haben in den letzten Jahren in ihre Ausstellungen, umfangreiche Umbauten und in die Qualität ihrer Mitarbeiter investiert. Die Entwicklung des Möbelkaufs hin zum Erlebniseinkauf verlangt gut geschulte Verkäufer, weshalb Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter an Bedeutung gewinnen, um dem gestiegenen Anspruch der Kunden an Beratung gerecht zu werden.

Die Fachschule des Möbelhandels in Köln hält hierzu bedarfsgerechte Weiterbildungsangebote bereit (siehe auch Kapitel Qualifikation, Seiten 36 bis 39 oder unter [www.moefa.de](http://www.moefa.de)).

Die Branche ist sehr vielfältig, was seinen Niederschlag in den Vertriebswegen findet. Vom Mitnahmemarkt über das spezialisierte Fachgeschäft bis hin zum großflächigen Wohnkaufhaus finden sich Angebote für den Kunden. Nur rund ein Viertel des Gesamtumsatzes wird im Bereich der SB- und Klein- und Mitnahme-Möbel erzielt, zu denen auch die branchenfremden Umsätze in den Verbrauchermärkten, Baumärkten und Lebensmitteldiscountern zählen. Der überwiegende Anteil wird im Möbel- und Küchenfachhandel erzielt.

Nicht zuletzt dank der vielen Kochsendungen im Fernsehen erlebt der Küchenhandel schon seit Jahren eine gewisse Sonderkonjunktur, die ihm stabile Umsätze garantiert. Allein die inhabergeführten kleinen und mittleren Küchenstudios erzielen bereits rund 40 % des gesamten Küchenumsatzes und können sich durch vielfältige Dienstleistungen über die Beratung und den Verkauf hinaus qualifizieren. Der Kunde weiß dies zu schätzen und honoriert es gerne mit Zusatzumsatz.

Dennoch setzt sich die Konzentration fort. Die Top-Ten der Branche erwirtschafteten 2016 mehr als 50 % des Branchengesamtumsatzes und gewinnen weiter Marktanteile hinzu. Dies erfolgt insbesondere durch die Übernahme bestehender und weniger durch die Eröffnung neuer Standorte, da echte Neueröffnungen aufgrund baurechtlicher Vorgaben zunehmend schwerer werden.

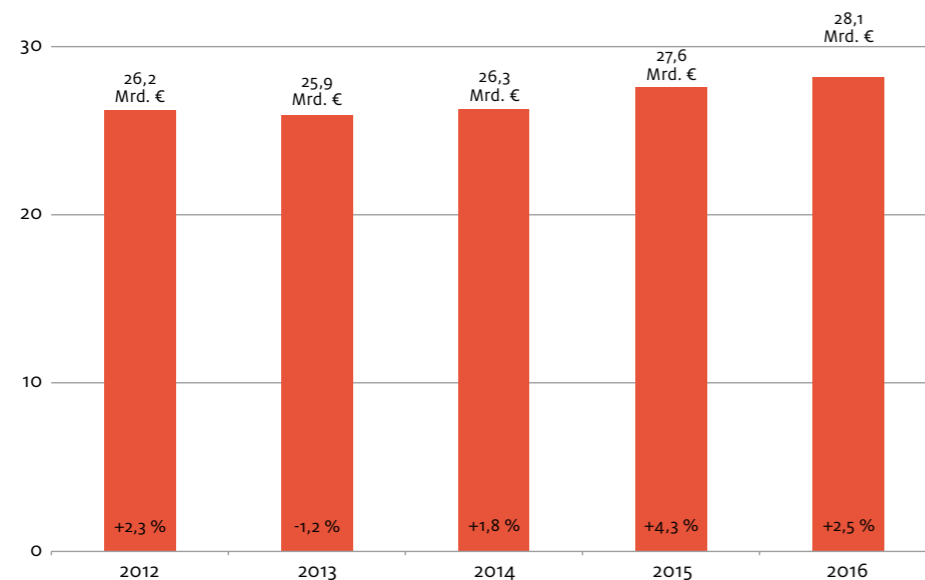
Daher nehmen die Flächen weiter zu, auch wenn die Kurve sich inzwischen deutlich abgeflacht hat. Insgesamt rund 23 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche hält der Möbel- und Küchenhandel für seine Kunden vor. Ein Viertel davon wird von 165 Häusern, den größten der Branche mit über 25.000 Quadratmetern Verkaufsfläche, betrieben.

Mit dem Online-Handel von Möbeln gibt es neue Marktteilnehmer, die zum stationären Handel, der sich mit dem Online-Vertrieb von Möbeln noch schwertut, im Wettbewerb stehen. Knapp zwei Milliarden Euro - also rund 7 % des Gesamtumsatzes - wurden 2016 mit online vertriebenen Möbeln erwirtschaftet. Mehr als 80 Prozent der Möbel im Versandhandel wurden bereits online bestellt. Das Gros dieses Umsatzes wurde von den neuen reinen Online-Anbietern erwirtschaftet, auch wenn der stationäre Handel inzwischen virtuell im Netz präsent ist. Die Marktführer im stationären Handel setzen auf Omni- oder Multichannel und haben ihre bisherigen Aktivitäten deutlich intensiviert.

Auch als Informationsquelle ist das Internet bei Möbel-Käufern sehr beliebt. So informiert sich etwa jeder dritte Kunde vor dem Kauf im Möbelgeschäft online über Produkte, Hersteller und Preise.

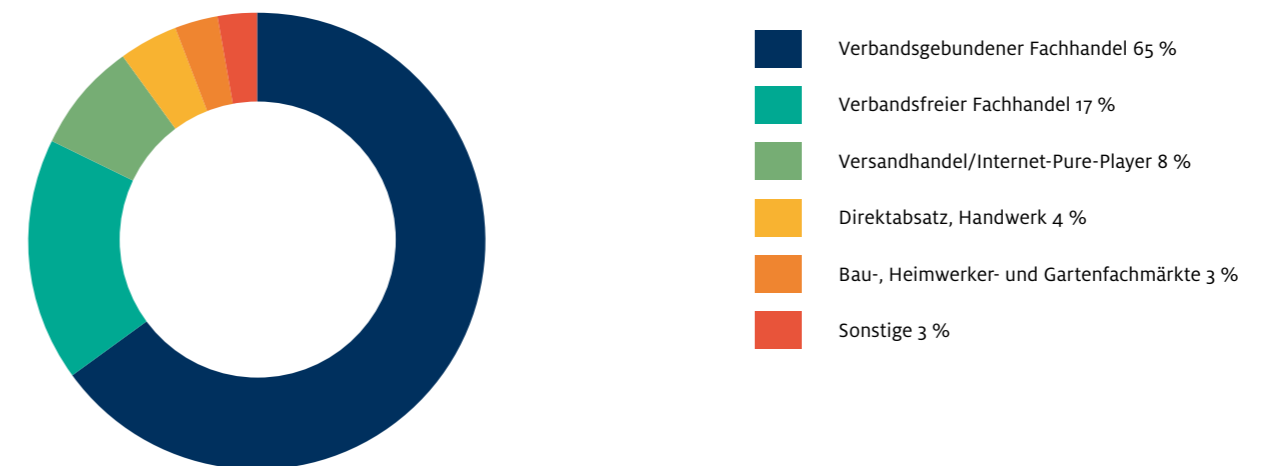
Allerdings zeigt sich immer deutlicher, dass es zurzeit noch - zumindest bei beratungs- und planungsintensiven Produkten - nicht ohne

Möbel- und Küchenhandel – Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: Statistisches Bundesamt, BVDM

Vertriebswege Möbel- und Küchenhandel



Quelle: EHI Retail Institute, Möbelreport 2017

stationäre Präsenz und Unterstützung geht. Wie lange noch, ist nicht vorhersehbar, aber die Online-Tools werden immer besser und leistungsfähiger. Die nachrückende Generation jüngerer Möbelkäufer ist technikaffiner und nutzt alle angebotenen Kanäle.

Die Erwartungen für das Jahr 2017 sind leicht optimistisch und finden ihre Bestätigung in den während der ersten fünf Monate des Jahres erzielten Umsätzen. Von Januar bis Mai 2017 sind die Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht gestiegen. Bei zu erwartendem üblichen Geschäftsablauf bis zum Jahresende kann mit einem leicht positiven Umsatzergebnis gerechnet werden, das allerdings unter den Steigerungsraten der Vorjahre liegen wird.

Ursächlich hierfür sind vor allem langfristige Trends wie die Entwicklung im Wohnungsbau. Im Jahr 2016 wurden über 12 % mehr Wohnungen fertig gestellt als im Jahr zuvor. Auch bei den Baugenehmigungen hatte das Jahr 2016 eine Steigerung von 22 % und damit Rekordzahlen von 375.000 neu genehmigten Wohnungen geliefert. In den ersten fünf Monaten des Jahres 2017 sind die Genehmigungen zwar rückläufig, bleiben aber auf hohem Niveau.

Die Kaufbereitschaft der Verbraucher ist angesichts einer niedrigen Inflationsrate und des extrem niedrigen Zinsniveaus auch bei größeren Anschaffungen - wie es typischer-

weise Möbel und Küchen sind - stark ausgeprägt. Dies wird dadurch unterstützt, dass in Deutschland großer Wert auf die Gestaltung des Lebensumfeldes gelegt wird. In offenen Koch- und Essbereichen werden Freunde und Gäste empfangen, es wird gemeinsam gekocht und im Relax-Bereich klingt der Abend gemeinschaftlich aus.

Auch die aus den Krisenregionen der Welt nach Deutschland eingereisten neuen Mitbürger werden irgendwann eigene Wohnungen beziehen und sich einrichten müssen. Dies wird, wenn auch eher im Niedrigpreissektor, dem Möbelmarkt positive Impulse geben.

## 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.

Die Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklung der Branche stützt sich auf Zahlen des Instituts für Handelsforschung in Köln (IFH), das alle Absatzwege von GPK/Hausrat berücksichtigt. Die beim IFH ebenfalls erfassten Umsätze mit GPK-Artikeln von gewerblichen Endnutzern als Kunden werden hier nicht berücksichtigt. Daten der amtlichen Statistik (Destatis) bilden die heutige Branche nicht mehr ausreichend ab, weshalb diese Zahlen nicht berücksichtigt werden.

Neben den Fachgeschäften, die im Zentrum der nachfolgenden Betrachtungen stehen, stellen die Fachabteilungen des Möbelhandels und der Warenhäuser, der Distanzhandel, SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sowie der Lebensmittelhandel inklusive Discountern relevante Vertriebswege dar. Gemessen am Gesamtmarkt mit privaten Endverbrauchern hatte im Jahr 2016 der Fachhandel einen Anteil von 37 %. Auf die Fachabteilungen der

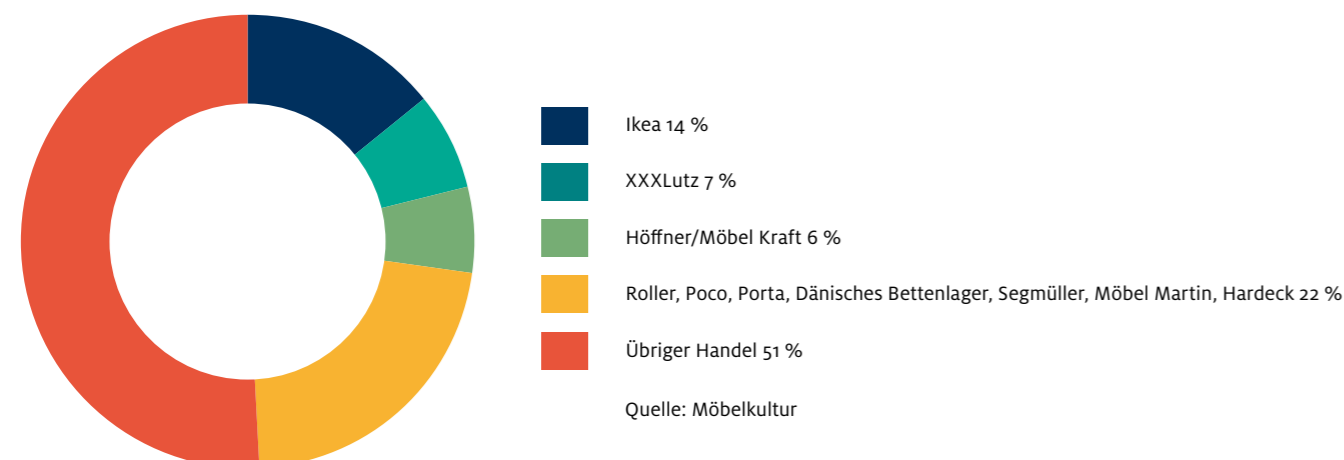
Möbelhäuser sowie den Fernabsatz entfielen je 13 %, auf die SB- und Verbrauchermärkte 12 %. Über Kauf- und Warenhäuser sowie über Lebensmittelhandel und Discounter gelangten jeweils 9 % der Waren zum Endkunden, die restlichen 8 % entfallen auf sonstige Vertriebsformen.

Die Marktanteile haben sich gegenüber dem Vorjahr kaum verändert lediglich der Fernabsatz (Versandhandel/Internet-Pure-Player/TV-Verkaufskanäle) stieg um 1 % - im Wesentlichen getrieben durch die Steigerung der Untergruppe „Internet-Pure-Player“ mit einem Anstieg von knapp 9 %.

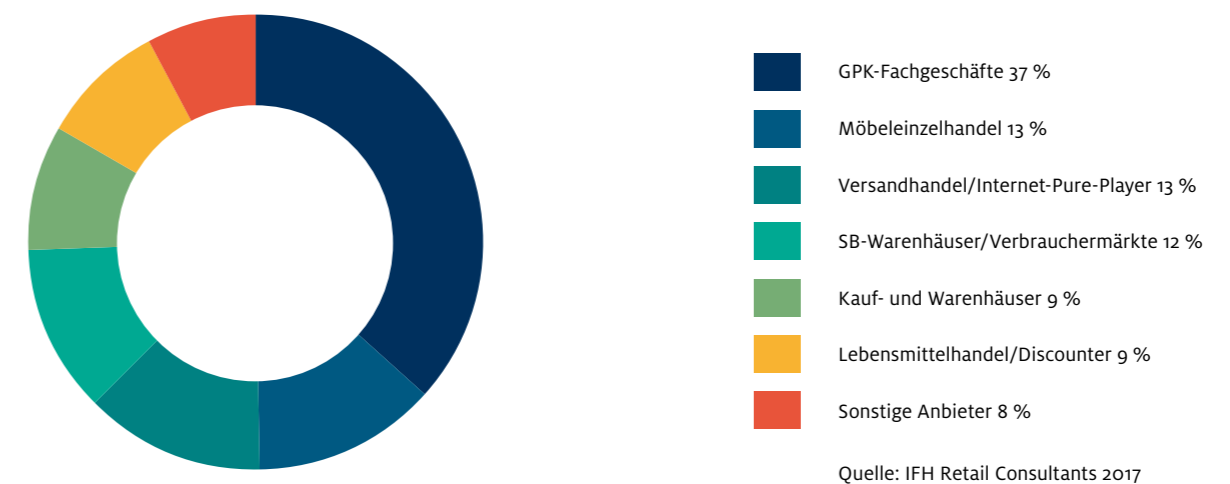
Das Marktvolumen des Jahres 2016 beläuft sich auf 5,2 Mrd. Euro (ohne MwSt.), was einem Minus von 2,0 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auf die Hauptwarengruppen bezogen legte Cucina um 1,0 % gegenüber dem Vorjahr zu. Domus schloss mit einem Minus von 4,5 % ab, Tavola mit einem Minus von 4,0 %. Der Spitzenwert von 2015 mit einem einmaligen Anstieg des Umsatzvolumens um 7,7 % stellt sich in der Langfristperspektive als Ausnahmewert dar. Gleichbleibend hohe Werte konnten in 2016 nicht erreicht werden, aber ein gegenüber 2014 gestiegenes Niveau kann auch hier bestehen. Im direkten Vergleich mit 2014 ist der Gesamtumsatz 2016 um 5,5 % gestiegen.

Im Bereich Cucina sind es vor allem die Schneidwaren sowie Koch-, Brat- und Backge-

Top Ten Möbelhändler (stationär und Multichannel, inkl. Fachsortimente)



Vertriebswege GPK und Hausrat



schirr, die mit Zuwächsen punkten können. 19 % sind es bei Schneidwaren, die relativ gesehen mit 229 Mio. Euro (ohne MwSt.) zwar nicht die bedeutendste Stellung einnehmen, aber fast an die Rekordzahlen aus dem Jahr 2000 anknüpfen können. 2,5 % Zuwachs bei Kochgeschirr entsprechen 665 Mio. Euro (ohne MwSt.). Die Besteckumsätze sinken, ebenso Zierporzellan und Tafelgeräte. Geschirr hat nach einigen Jahren Durststrecke wieder Fahrt aufgenommen und kann mit plus 4,6 % gegenüber dem Vorjahr aufwarten.

Gesondert aufgeführt sind Elektrokleingeräte, die in 2016 eine erfreuliche Umsatzsteigerung von 3,9 % erfahren haben – dennoch weniger als 2015, wo es eine Steigerung von 14,6 % gab.

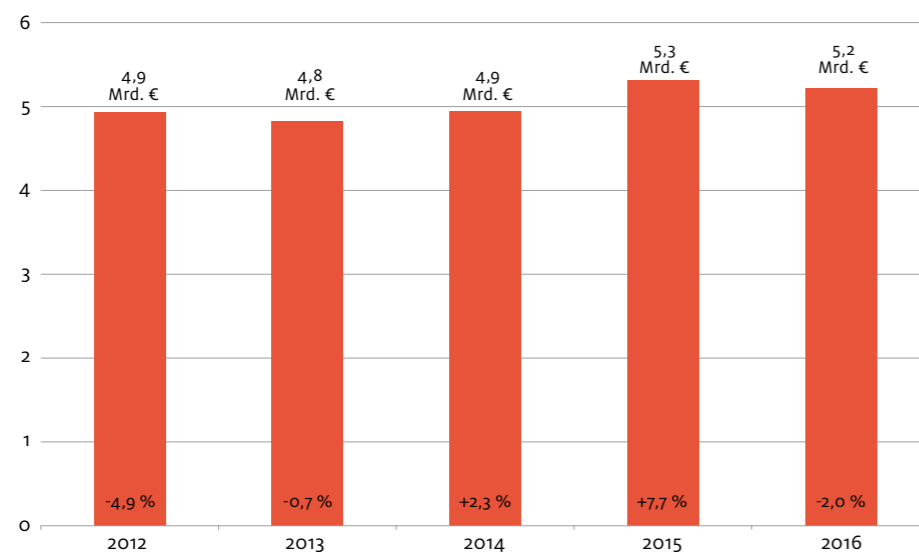
Der in den Jahren zuvor stark gewordene Bereich Grillen/Grillgeräte und Zubehör geht langsam einer Sättigung entgegen. Er weist entsprechend des „Branchenfokus Grillen 2017“ des IFH Köln ein Marktvolumen über 1 Mrd. Euro (ohne MwSt.) aus. Zwei Drittel der Umsätze entfallen auf Grillgeräte, der größte Anteil davon sind Holzkohlegrillgeräte. Je ein Sechstel entfallen auf Grillzubehör und Brennstoffe, die nicht zu GPK/Hausrat gehören. Die höchste Steigerungsrate bei den Warengruppen hatte das Grillzubehör.

Für die Fachgeschäfte des GPK-Handels sind es vor allem die Faktoren Standort und effiziente Warenwirtschaft, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Dem Frequenzrückgang in den Innenstädten können sie nur mit Geschäftskonzepten mit regelmäßigen Events und wechselndem Angebot entgegen-treten. Die Städte selbst müssen unbedingt in ihre Handelsstandorte investieren, an ihrer Qualitätsverbesserung arbeiten, aktives Stadtmarketing und regionales Standortmarketing betreiben. Eine hohe Aufenthaltsqualität, eine gute Erreichbarkeit und eine attraktive Mischung aus verschiedenen Branchen, aus Handel, Gastronomie und Entertainment sind die Voraussetzung dafür, dass qualitativ hochwertiger Handel eine stationäre Zukunft hat.

Bei der Warenwirtschaft ist es unabdingbar, dass alle Wirtschaftsstufen zusammenarbeiten. Hersteller müssen Aktualität, Vollständigkeit und die Qualität von Stammdaten gewährleisten.

Für die nähere Zukunft prognostiziert das IFH Umsatzrückgänge von 1,5 % für 2017 und noch einmal einen Rückgang um 1,5 % für 2018.

Marktvolumen Handel mit GPK- und Hausrat-Sortimenten – in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Quelle: IFH Retail Consultants 2017

### Die Entwicklung der Bürowirtschaft

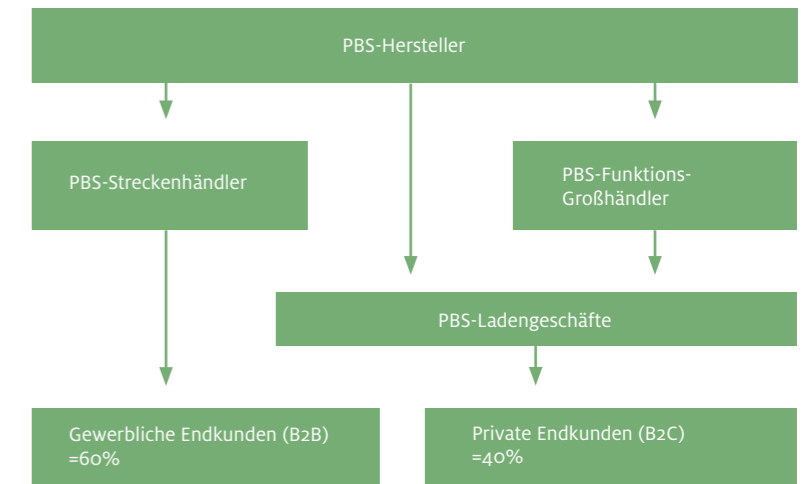
Die Bürowirtschaftsbranche erfasst zum einen die private Nachfrage von Papier, Bürobedarf und Schreibwaren (PBS) und zum anderen die gewerbliche Nachfrage von Büroartikeln, -maschinen, -einrichtung und Organisationsmitteln. Damit dominieren in der Branche die Vertriebswege PBS-Streckenhandel für die gewerbliche Nachfrage (B2B) sowie die PBS-Ladengeschäfte für den Privatkundenbedarf (B2C). Die Definition des Großhandels umfasst sowohl das Streckengeschäft mit gewerblichen Endkunden als auch den Funktionsgroßhandel, der im Markt als reiner Wiederverkäufer für PBS-Ladengeschäfte agiert. Allerdings gibt es unter den Großhändlern nur noch wenige Unternehmen, die ausschließlich Ladengeschäfte beliefern.

Wichtige Marktplayer sind die Verbundgruppen Büroring, Duo Schreib & Spiel, EK/Servicegroup, InterES, Prisma und Soennecken. Sie spielen für den Fachhandel eine immer stärkere Rolle. Neben ihren Kerngeschäften Zentralregulierung und Delkredere bieten sie ihren Mitgliedern Services wie Schulungen, Erfa-Gruppen, unterstützende Werbemaßnahmen und stellen Artikeldaten, Kataloge und Prospekte bereit.

Bei den Sortimenten ist oftmals eine klare Trennung zwischen gewerblichem Bedarf und dem privaten Endverbrauch schwierig. Das gilt für Papier- und Schreibwaren, Druckpapiere und den IT-Bereich. Klarer abzugrenzen sind die Bereiche Büromaschinen und Büro-einrichtung, die überwiegend der gewerblichen Nachfrage zuzuordnen sind. Hier wird zwischen Büro- und Objektausstattung wie Schreib- und Konferenztischen, Schränken und Bürositzmöbeln sowie dem technischen Bereich mit Kopierern, Druckern, Softwarelösungen, Büro-PCs und Servern unterschieden.

Nach Berechnungen des Instituts für Handelsforschung (IFH) liegt der Branchengesamtumsatz im Jahr 2016 bei 12,3 Mrd. Euro (ohne MwSt.). 60 % des Marktvolumens macht die gewerbliche Nachfrage aus und 40 % die der privaten Endkunden. Maßgeblich positiv beeinflusst wird die Branchenentwicklung durch die günstigen Arbeitsmarktdaten, die steigende Anzahl an Büroarbeitsplätzen sowie den Anstieg der Schülerzahlen. Besonders positiv entwickelte sich der Mal- und

Zeichenbedarf. Dank des Colouring-Trends wuchs hier der Umsatz um 80 % auf 45 Mio. Euro. Beides beflügelt vor allem die Umsätze der stationären Fachgeschäfte. Der Umsatz mit Filz- und Faserschreibern wuchs um 1,0 %, der der Schreibgeräte um 1,2 % auf 823 Mio. Euro Umsatz. Durch die weitreichende und fortschreitende Digitalisierung von Arbeitsplätzen, Prozessabläufen sowie des täglichen Lebens sind die Umsätze im Papierbereich weiter rückläufig.



Die PBS-Ladengeschäfte weisen eine mittel-bis kleinbetriebliche Struktur auf. Für PBS-Artikel sind sie der wichtigste Vertriebsweg. Somit konnten die PBS-Fachgeschäfte im Jahr 2016 ihren Marktanteil von 19 % gegenüber dem Vorjahr halten. Ihr Umsatz wuchs um 1,1 % auf knapp 3,0 Mrd. Euro. Negativen Einfluss auf die Entwicklung der Ladengeschäfte haben die hohen Mieten im Verhältnis zur Flächenrentabilität.

Im unmittelbaren Wettbewerb stehen die PBS-Ladengeschäfte mit fremden Vertriebsformen wie Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriemärkte und SB-Warenhäuser. Insbesondere die marktführenden Drogeriefilialisten bauen ihre PBS-Sortimente und die Zahl der Standorte weiter aus. Auch der Druck des Onlinehandels ist intensiver. Im Schulgeschäft dominiert unverändert der Facheinzelhandel. Der Verkauf von Schulbedarfsartikeln ist noch vor dem Weihnachtsgeschäft die umsatzmäßig wichtigste Saison. Die positive Entwicklung der Schülerzahlen spielt eine wesentliche Rolle. So ist die Anzahl der Schüler im Schuljahr 2016/2017 um 0,3 % auf über 11 Mio. gestiegen. Ein Indiz für den Anstieg ist die Zuwanderung aus dem Ausland. Insgesamt ist die Bevölkerung im Alter zwischen 5 und 20 Jahren um 1,7 % gestiegen.



Um den klaren Wettbewerbsvorteil der Service- und Beratungskompetenz gegenüber den Pure-Online-Playern zu nutzen, muss der Handel den Einkauf für den Kunden „erlebbar“ gestalten und mit kompetentem Personal auf der Fläche aktiv sein. Moderne Gestaltungsformen mit „Concept Store“-Elementen, einem ausgewogenen Sortiments- und Markenmix, einer klaren Orientierung sorgen für weitere Impulse und schärfen das Profil des Händlers. Geschäfte, die zusätzliche Dienstleistungsfunktionen übernehmen, befinden sich in einer günstigeren Marktsituation. Hier unterstützen gerade die Verbundgruppen die Händler, damit sie wettbewerbsfähig bleiben und versetzt sie so in die Lage, im Wettbewerb zu bestehen.

Der Umsatz im PBS-Streckenhandel wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 3,9 % auf 4,7 Mrd. Euro. Dabei kommt dem Streckenhandel die anhaltende Schwäche der Global Player Staples und Office-Depot zugute. Deren Umstrukturierungsprozesse binden Kräfte, die für die Marktbearbeitung fehlen. Das stärkt den regionalen Streckenhändler, der seine Marktposition sukzessive ausbaut und dabei Services bietet. Lyreco – als dritter im Bunde der Global Player im deutschen Markt - konnte dagegen Marktanteile gewinnen. Neu positioniert sich hier gerade Amazon Business, was den Druck auf den Wettbewerb zusätzlich erhöhen dürfte.

Der mittelständische Streckenhandel punktet bei seinen Kunden mit festen Ansprech-

partnern, umfangreichen Sortimenten und Markenartikeln, einer schnellen Lieferung mit zuverlässiger Rechnungsstellung. Seine Dienstleistungsstärke kann der Streckenhändler durch die Nähe zum Kunden hervorragend einsetzen. So werden immer mehr alternative Sortimente und kundenindividuelle Artikel auf Wunsch eingelagert. Zusatzsortimente aus dem Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz, Hygiene und Reinigung, Büroküchenartikel und die flexible Bereitstellung von Bewirtungs- und Catering-Bedarf bis hin zur Getränkeversorgung der Mitarbeiter bringen neue Umsätze jenseits originärer Büroprodukte.

Eine weitere Marktveränderung kommt durch die Neupositionierung einiger Funktionsgroßhändler. Diese beliefern nicht mehr ausschließlich Wiederverkäufer, sondern auch gewerbliche Kunden direkt. Zum Teil können sogar private Endkunden ihren PBS-Bedarf beim lokalen Bürogroßhändler decken. Die Zusammenarbeit mit der eigenen Großhändlerkooperation im Verbund mit weiteren Genossenschaften einschließlich der Eigenmarke ist für die zukünftige Entwicklung des Funktionsgroßhandels wichtig.

Der Bereich der technischen Büroausstattung konnte sich im Laufe des vergangenen Jahres erholen. Wachsende Kundenansprüche an eine reibungslose Funktion sämtlicher technischer Geräte, der mobile 24 Stunden-Zugriff auf alle Daten und Systeme, umfangreiche Cloudlösungen sowie die damit verbundene IT-Sicherheit sorgen beim Fachhändler

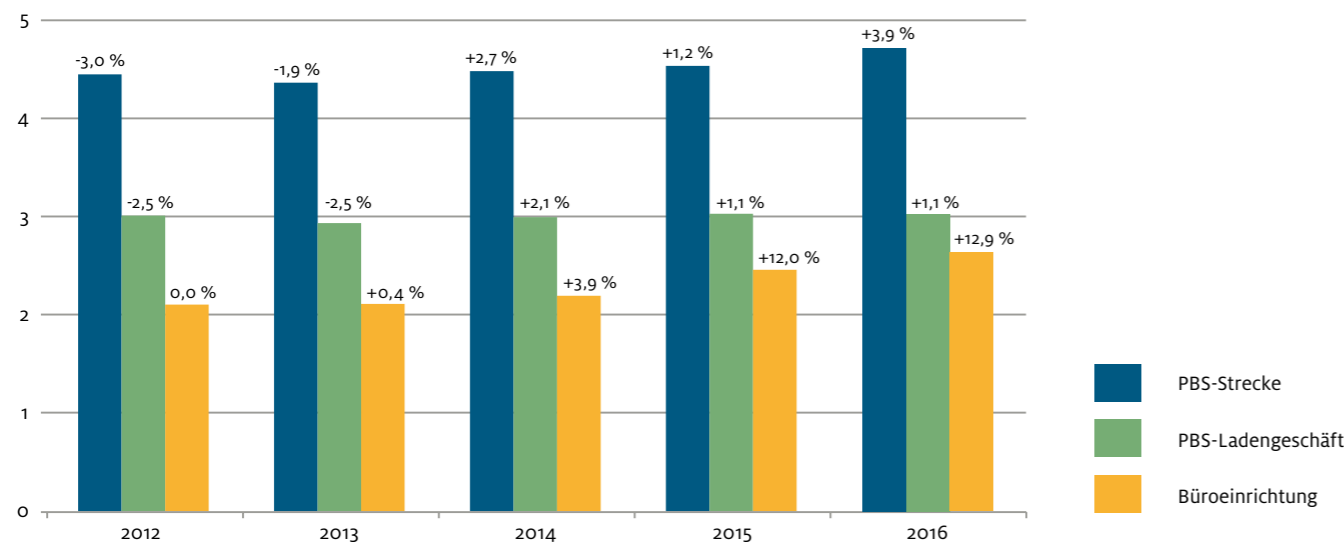
für weitere Absatz- und Beratungschancen. Die Verwaltung von Dokumenten sowie die effiziente Erfassung und Aufbereitung setzen zuverlässige Produkte und Services im Bereich des Dokumentenmanagements voraus. Mit Schulungen, Softwareberatung, Fernwartung und umfassenden Dienstleistungen im Bereich „Managed Print Services“ und der 3D-Technologie bieten sich für Fachhändler zusätzliche Absatzmöglichkeiten. Damit kann der Umsatzrückgang von 5,3 % im technischen Bedarf und an Verbrauchsmaterialien wie Tinte und Toner sowie der Rückgang von 2 % bei den Bürokommunikationspapieren zum Teil kompensiert werden.

Die gute Auftragslage des verarbeitenden Gewerbes, ein stabiler Arbeitsmarkt und die guten Konjunkturaussichten wirken sich positiv auf die Zahl der Büroarbeitsplätze aus. Im vergangenen Jahr erzielten die Büro- und Objekteinrichter einen weiteren Umsatzschub von 13 % auf 2,8 Mrd. Euro. Längst sind Bürolandschaften nicht mehr nur bloße Ansammlungen von Tischen oder Stühlen, sondern ein entscheidendes Kriterium im „War of Talents“. Nicht mehr nur rein monetäre Anreize geben den Ausschlag für eine Arbeitsplatzwahl. Eine ausgewogene Work Life Balance, flexible Arbeitszeiten und eine angenehme Arbeitsumgebung sorgen für ein Umdenken in den Chefetagen. Das wiederum fordert neue Arbeitsformen mit flexiblen Strukturen und ganzheitlichen Büromöbelsystemen. Solche modernen Bürolandschaften verlangen vom Bürofachhändler eine individuelle Problem-

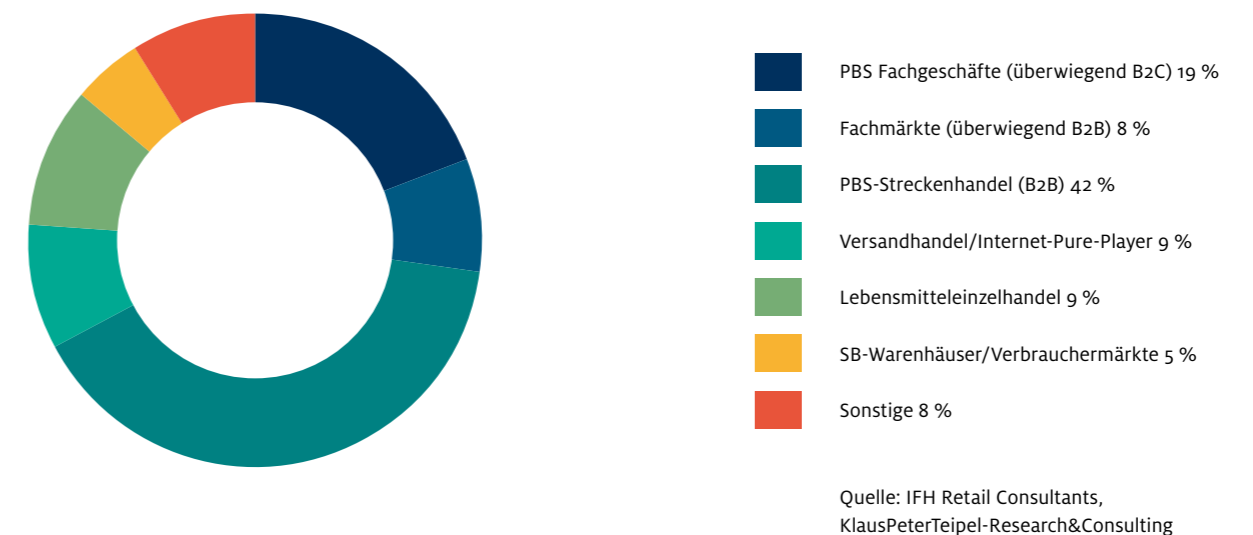
lösungskompetenz und hohe Anforderungen an seine Planungs- und Beratungsleistung. Zusammen mit gesundheitlichen Aspekten wie Lärmreduktion, dynamisches Sitzen und Stehen an flexiblen Tischen, effiziente Lichtkonzepte und ein angenehmes Raumklima schaffen Unternehmen eine offene und motivierende Unternehmenskultur.

Prognostiziert wird, dass die Zahl der Schüler bis zum Jahr 2025 um 1,1 Mio. auf 8,3 Mio. steigt, einhergehend mit einem steigenden Bedarf an Lehrern, Klassenräumen und Schulausstattung. Die positiven Konjunkturaussichten sorgen für weitere Neu- und Ersatzinvestitionen in Büroflächen und Geschäftsausstattung. Im Onlinehandel wird einerseits Amazon Business die Wettbewerbssituation verschärfen. Andererseits haben die mittelständischen Betriebe in den vergangenen Jahren ihre Marktposition ausgebaut und ihre Kompetenz beispielsweise im Ausschreibungsgeschäft und im Bereich kundenindividueller Lösungen deutlich erhöht.

Bürowirtschaft – Umsatz in Milliarden Euro (ohne MwSt.)



Vertriebswege Bürowirtschaft



## Messen

### ambiente

#### Ambiente, Frankfurt

Weltleitmesse der Konsumgüterbranche mit den drei Bereichen Dining, Giving und Living. Sortimente: Konsumgüter für Tisch, Küche und Haushalt, Geschenkartikel, Wohnen, Einrichten und Dekorieren.

### heimtextil

#### Heimtextil, Frankfurt

Weltleitmesse für Wohn- und Objekttextilien. Sortimente: Tapeten, Heimtextilien, Haustextilien für Tisch, Küche und Bad, alles rund ums Bett, Möbelstoffe, Sicht- und Sonnenschutz.

### Insights

die neue PBS-EXPO

#### Insights-X, Nürnberg

Fachmesse für Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS). Jährliche Herbstmesse mit den Themenreichen Büro, Schule und Hobby. Die Messe richtet sich an Fachhändler und Händler aller Vertriebskanäle.



#### CeBIT, Hannover

Europas Business-Festival für Innovation und Digitalisierung: B2B neu inszeniert, disruptive Geschäftsmodelle und Startups, Vor- und Querdenker der Digitalisierung, Erlebnis und Emotion.



#### IMM Cologne, Köln

Die Kölner Möbelfachmesse IMM Cologne ist die Weltleitmesse der Möbelindustrie. Gezeigt werden auf der Messe alle Möbelarten von Mitnahme- bis hin zu Designermöbeln.



#### Interzum, Köln

Internationale Messe für Zulieferer der Möbelindustrie und des Innenausbaus. Die Interzum findet alle zwei Jahre statt. Ausgestellt werden Materialien und Komponenten für die Möbelfertigung und den Innenausbau.



#### Hausmessen Süd, Baden-Württemberg und Bayern

Die Hausmessen Süd finden in Süddeutschland und Oberfranken statt. Aussteller sind verschiedene Möbel- und Küchenhersteller.



#### Livingkitchen, Köln

Die Livingkitchen findet alle zwei Jahre im Rahmen der IMM Cologne statt. Präsentiert werden Neuheiten bei Küchenmöbeln und -geräten.



#### I Saloni, Mailand

Sammelbegriff für die parallel zur Mailänder Möbelfachmesse (Salone del Mobile) stattfindenden Messen für Beleuchtung, Küchen, Büro, Teppiche und Accessoires, mit Schwerpunkten im Design.



#### Maison & Objet, Paris

Internationale Möbelfachmesse. Sortimente: Wohnmöbel, Küchenmöbel, Elektrogeräte, Teppiche, Tapeten, Heimtextilien, Accessoires, Leuchten. Messeschwerpunkte sind Accessoires.



#### Orgatec, Köln

Die alle zwei Jahre stattfindende Weltleitmesse für Büroeinrichtung. Neben Büroeinrichtung stellen auch Aussteller der Bereiche Akustik, Licht, Boden und Medien/Kommunikationstechnik aus. Die Orgatec ist vorrangig für Händler mit gewerblichen Kunden von Bedeutung.

### tendance

#### Tendance, Frankfurt

Internationale Konsumgütermesse in der Jahresmitte mit den Produktbereichen Wohnen und Schenken. Ordermesse fürs Weihnachtsgeschäft und Trend-Plattform der Frühjahrsneuheiten.



#### M.O.W., Ostwestfalen

Die M.O.W. finden sowohl als Hausmessen als auch in Messezentren statt. Aussteller sind verschiedenste Möbel- und Küchenhersteller im Schwerpunkt aus Ostwestfalen.



#### Paperworld, Creativeworld, Christmasworld und Floradecora, Frankfurt

Weltleitmesse für Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS). Parallel dazu finden die Creativeworld und die Christmasworld statt, die weltgrößte Kreativ-Fachmesse und die größte Leitmesse für Dekoration und Festschmuck.



#### Trendset, München

Konsumgüter-Fachmesse Wohnaccessoires mit 2.500 Marken und Kollektionen aus fast 40 Ländern. Führende Ordermesse ihrer Art im südlichen deutschsprachigen Raum.

### nordstil

#### Nordstil, Hamburg

Regionale Ordertage in Hamburg im Januar und August mit den Bereichen Einrichtung, Dekoration, Design, Geschenke, Papeterie, Küche, Garten, Entspannung sowie Schmuck und Mode.



Die Fachhandelsmesse

#### PBS Kompakt, Fulda

Jährliche Fachhandelsmesse der InterES für PBS-Strecken- und Großhändler. Aussteller sind Markenartikelhersteller der Papier- und Schreibwarenbranche.

### vivanti

Regionale Ordertage Dortmund

#### Vivanti, Dortmund

Regionale Ordertage in Dortmund für Wohnaccessoires und Geschenkartikel, veranstaltet von der Leipziger Messe in Kooperation mit der Messe Frankfurt, durchgeführt im Januar und im Juli.

# Organisationsstruktur

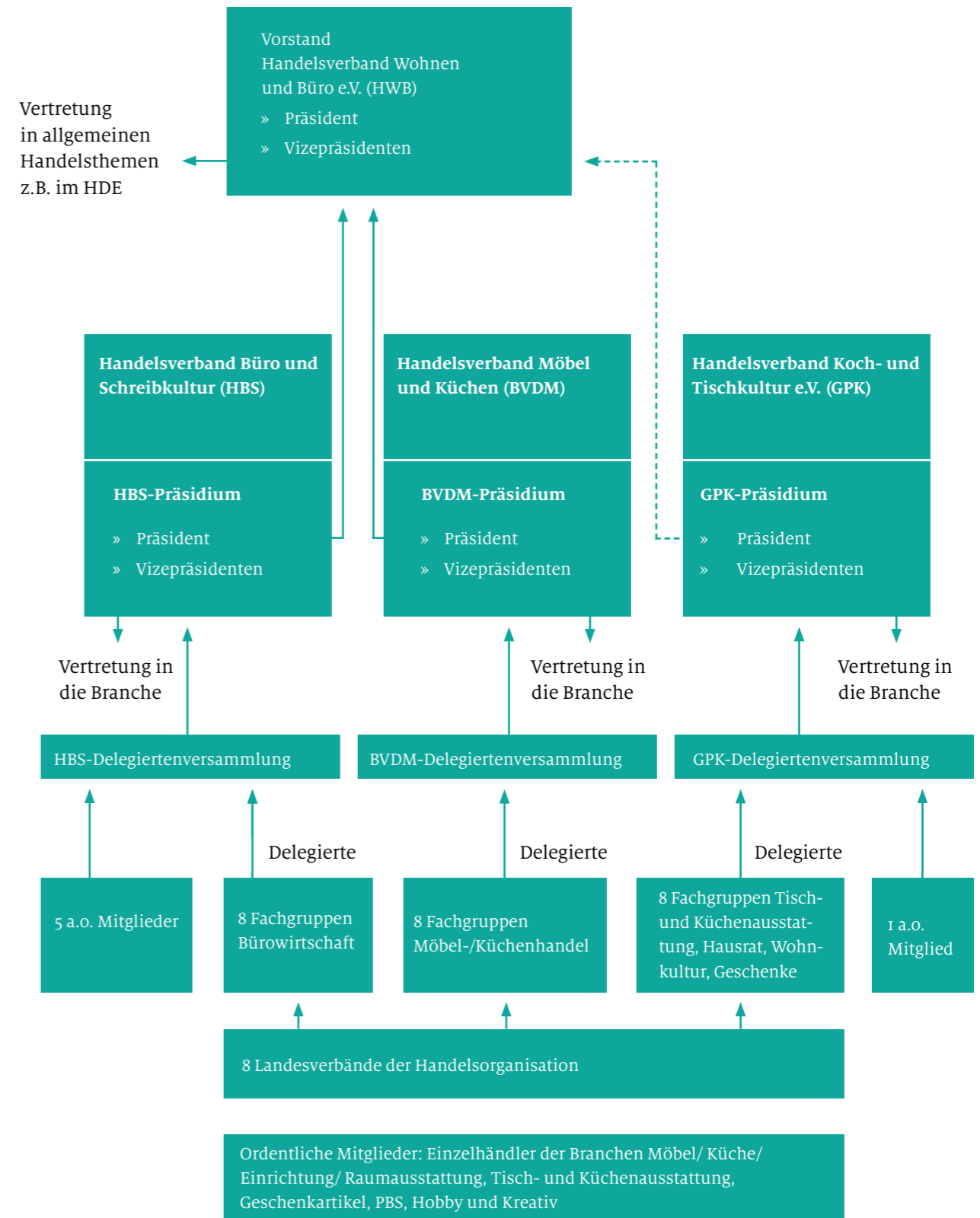
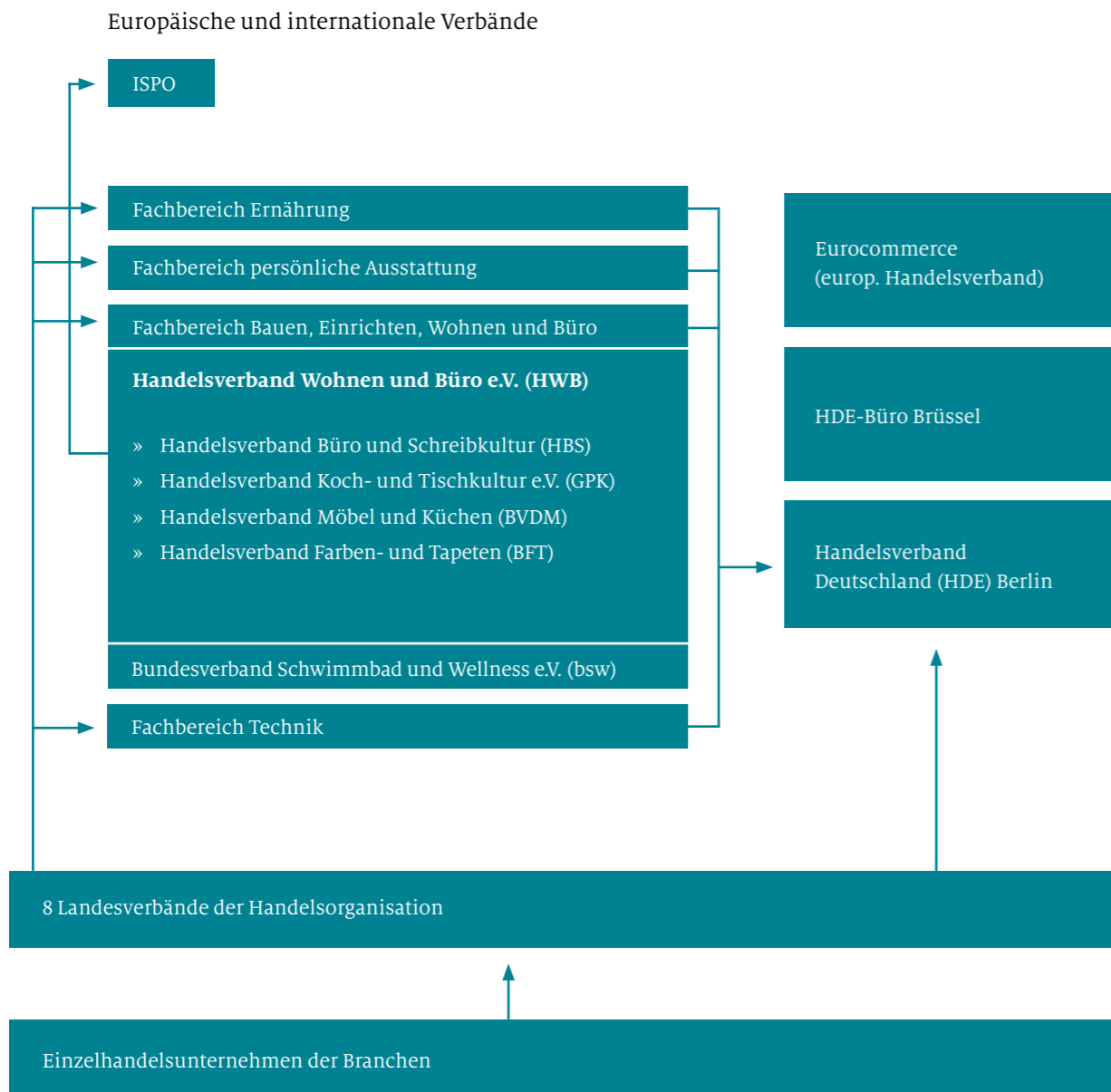






Foto: HDE

Delegiertenversammlung des HDE 2016

## Institutionen und Gremien

Die Branchen vermischen sich zunehmend. Das hat Folgen für die Zusammenarbeit mit Institutionen und die Mitarbeit in Gremien. Die Branchenverbände vertreten sich gegenseitig, um Doppelarbeit zu vermeiden.

Je nach Thema und Gremienzusammensetzung erfolgt die Mitarbeit haupt- oder ehrenamtlich. Im Zweifel stellen die Mitarbeiter der Geschäftsstelle die Präsenz sicher. Ihre Aufgabe ist die Interessenvertretung des Fachhandels, die Einbringung von Präsenz

und Praxisbezug und das Monitoring: Wo gibt es neue Themen, die für die Branchen von Bedeutung sind? Welcher Einfluss soll darauf genommen werden?

Aus kartellrechtlichen Gründen hat der Handelsverband Deutschland (HDE) Compliance-Leitlinien verabschiedet. Alle Delegiertenversammlungen haben diese Richtlinien übernommen. Damit sind sie für Ehren- und Hauptamt verbindlich.



**Stephan Tromp**

**Stellvertretender Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland (HDE), Berlin**

„Der Handelsverband Deutschland ist die Spitzenorganisation für den Einzelhandel und das Sprachrohr der Branche gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Der Verband vertritt mit Büros in Berlin und Brüssel Mitgliedsunternehmen aller Standorte, Branchen und Größenklassen. Mit seiner Stimme repräsentiert der HDE die Vielfalt der Branche – vom Mittelstand bis zum Weltunternehmen. Der Verband steht dabei für die Interessen aller Händler – egal ob stationär, online oder im Multichannelbereich. Für die enge Rückkopplung in die einzelnen Branchen sorgen Bundesfachverbände wie der Handelsverband Wohnen und Büro.“

Mitarbeit in Institutionen und Gremien	HBS	BFT	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	•	•	•	•
Ständige Konferenz Industrie und Handel, Solingen	•		•	•
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), Hamburg	•			
Arbeitsgemeinschaft die Moderne Küche (AMK), Mannheim			•	
IWO furn Beirat			•	
Fachbeirat IMM Cologne/LivingKitchen, Köln			•	
Fachbeirat Orgatec, Köln	•			
Fachbeirat Interzum, Köln	•	•	•	
Arbeitskreis zur Regionalmesse „Nordstil“	•	•	•	•
Arbeitskreis zur Messe „Tendence“, Frankfurt/Main		•	•	•
Jury des Wettbewerbs „Produkt des Jahres“, Düsseldorf	•			

## Pressearbeit

Adressat der Pressearbeit ist die Fachöffentlichkeit, sind die Teilnehmer der Branche im weiteren Sinne. Sie erreicht bewusst auch die Wirtschaftsstufe des Einzelhandels insgesamt. Dort, wo Branchenthemen über diese Zielgruppen hinaus aufgegriffen werden – meist in Wirtschafts- und Verbraucherredaktionen des Fernsehens, des Hörfunks und der Tagespresse – ist es der Anspruch der Handelsfachverbände, als kompetente Ansprechpartner bereit zu stehen. Damit Journalisten,

die häufig Online-Recherchen durchführen, den Handelsverband als fachlich kompetenten Ansprechpartner finden können, muss er immer wieder Anlässe nutzen und medial in Erscheinung treten.

Basis hierfür sind die jährlichen Pressekonferenzen. Da die Leitmessen aller drei Branchen in den ersten beiden Monaten des Jahres liegen, werden hier jeweils die Jahrespressekonferenzen durchgeführt: Mitte Januar der

BVDM gemeinsam mit der Koelnmesse und dem Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM) zur IMM Cologne in Köln, Ende Januar der HBS in Frankfurt auf der Messe „Paperworld“ und im Februar GPK auf der Messe „Ambiente“ in Frankfurt. Hinzu kommen weitere, anlassbezogene Pressegespräche der drei Verbände.

Inhaltliche Recherchen über den Handelsverband und seine Fachthemen erfolgen meistens über die gemeinsame Homepage [www.wohnenundbuero.de](http://www.wohnenundbuero.de). Unter dieser Domain stehen jeweils eigene Bereiche der Fachverbände. Durch eine einheitliche Gliederung wird den Nutzern eine schnellere Orientierung ermöglicht. Dies kommt besonders denjenigen mit breit angelegten Interessen zu Gute.

Die Verlinkung auf Partner – seien es Fördermitglieder, weiterführende Anbieter von Statistiken und andere – hat eine große Bedeutung, damit die Verbände-Homepage eine zentrale Rolle als Informationsplattform spielt. Mitgliederbereiche hat die Homepage bislang nicht, da formal die acht Landesverbände der Einzelhandelsorganisation die

Fachverbände tragen und die Unternehmen der jeweiligen Branche nur indirekte und damit nicht konkret adressierbare Mitglieder sind.

Zur Information der Mitglieder erstellen die Mitarbeiter der Geschäftsstelle immer montags die „Info Wohnen + Büro“ und versenden sie per E-Mail an die über 100 Geschäftsstellen und leitenden Mitarbeiter der Einzelhandelsorganisation. Die Landes- und Regionalverbände leiten sie dann an die nach Branchen geordneten Mitgliedsunternehmen weiter.

Ein wichtiges Medium für die Kommunikation innerhalb der HDE-Organisation ist das „Handelsjournal“ als Organ des Handelsverbandes Deutschland. Die Mitarbeit im Beirat, die Mitwirkung an der Themenfindung, die Unterstützung der Redaktion bei der Recherche und die Platzierung von Branchenthemen und Beispielen sind von zentraler Bedeutung, damit die Branchen und ihre Verbände in diesem Medium zur Geltung kommen.

### Pressemeldungen August 2016 bis August 2017

01	04.08.2016	Erfolgsfaktor Mitarbeiter, HBS
02	16.08.2016	Arbeitskreis Papier, Büroartikel und Schreibwaren zum Store-Check in Berlin, HBS
03	07.09.2016	Mitarbeiter gewinnen und langfristig binden, HBS
04	19.09.2016	Abgestimmte Messetermini 2017/18, GPK
05	14.10.2016	Forum Bürowirtschaft mit neuen Inhalten und Formaten, HBS
06	25.10.2016	Büroeinrichter weiter auf Erfolgskurs, HBS
07	04.11.2016	Neuer Geschäftsbericht erschienen, HWB
08	17.11.2016	Christina van Dorp neue Präsidentin des Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK), GPK
09	29.12.2016	GPK Branchentagung 2017 in Leipzig, GPK
10	02.01.2017	BVDM auf der imm cologne/LivingKitchen 2017, BVDM
11	02.01.2017	BVDM benennt sich um, BVDM
12	04.01.2017	BVDM-Messetreff, BVDM
13	04.01.2017	BVDM-Möbel-Taschenbuch 2017 erschienen, BVDM
14	05.01.2017	PBS-Fachberaterkurs 2015/16 erfolgreich abgeschlossen, HBS
15	11.01.2017	Hohes Interesse an Möbeln und Küchen, BVDM
16	29.01.2017	Steigende Schülerzahlen und der anhaltende Colouring-Trend sorgen für positive Umsätze, HBS
17	02.02.2017	Fachberater erhalten ihre Urkunden, HBS
18	10.02.2017	Die GPK-Branche trifft sich in Leipzig, GPK
19	10.02.2017	Hausrat, Tisch- und Küchenausstattung und Elektrogeräte weiterhin begehrt, GPK
20	21.02.2017	Bund fördert Installation von Elektroladesäulen, BVDM
21	30.03.2017	HBS-Arbeitskreis tagte in Köln, HBS
22	11.04.2017	Elektroaltgeräte unbürokratisch zurücknehmen, HWB
23	24.04.2017	Zukunftsinitiative Möbellogistik (ZIMLog) gibt gemeinsame Standards heraus, BVDM
24	27.06.2017	Möbel-Biker-Tour 2017, BVDM
25	14.07.2017	HBS-Arbeitskreis zu Besuch bei Lamy, HBS
26	10.08.2017	Messetermini 2018 veröffentlicht, GPK
27	28.08.2017	Nachruf Helmut Schmalfuß, HBS



**Mirko Hackmann**  
Chefredakteur Handelsjournal

„Als Wirtschaftsmagazin für den Handel bietet das handelsjournal seinen Lesern Orientierung in einem sich dynamisch verändernden Markt. Ob wichtige Trends, erfolgreiche Unternehmen, spannende Geschäftsmodelle, technologische Herausforderungen oder politische Rahmenbedingungen: Bei uns erfahren Unternehmer und Entscheider, was sie für ihren beruflichen Alltag wissen müssen. Dabei schauen wir auch tief in die einzelnen Branchen hinein und stehen im Dialog mit den Fachverbänden des Handelsverbands Deutschland. Gern tausche ich mich mit dem Handelsverband Wohnen und Büro über die Einrichtungs- und Bürowirtschaft aus, stets auf der Suche nach interessanten, aktuellen Themen.“



## BVDM Präsidium

---



**Präsident**  
**Hans Strothoff**  
MHK Group AG, Dreieich



**Vizepräsident**  
**Markus Meyer**  
City-Polster Handels GmbH, Kaiserslautern



**Präsidiumsmitglied**  
**Andreas Eisenkrätzer**  
Küchen Keie Mainz GmbH, Mainz



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



**Präsidiumsmitglied**  
**Robert Andreas Hesse**  
Möbel Hesse GmbH, Garbsen



**Ehrenpräsident**  
**Günther Härtl**  
Sinn-Fleisbach



## BVDM – Highlights der Branche

### Möbellogistik

Das im Jahr 2015 gestartete Projekt ZIMlog konnte in 2016 soweit geführt werden, dass Anfang 2017 erste wesentliche Ergebnisse vorlagen und das Projekt zu einer dauerhaften Einrichtung innerhalb des Daten Competence Center e.V. (DCC) überführt werden konnte. Bearbeitet werden unter anderem die Themen Schaffung von Standards für den papierlosen Warenverkehr, taggenaue Bestimmung des Liefertermins bereits bei der Kundenbestellung und Optimierung des Ablaufs bei der Entladung an der Handelsrampe.

### eCl@ss

Der BVDM engagiert sich in einer neu gegründeten Fachgruppe bei „eCl@ss“, die eine einheitliche Klassifizierung von Möbeln erarbeiten will. Im Frühjahr 2017 konnte im Rahmen des turnusgemäßen Updates von „eCl@ss“ in der Version 10 die erste Stufe der Möbelklassifizierung bis auf drei Ebenen veröffentlicht werden. Bis zur Veröffentlichung der Version 10.1 in 2018 soll die vierte Stufe erarbeitet sein.

### FURNeCorp

Unter dem Titel FURNeCorp beteiligt sich der BVDM an einem vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten Projekt zur Standardisierung des Kundenfeedback-Managements

im Verkaufsprozess. Da vor allem in der Möbel- und Einrichtungsbranche noch viele unternehmensübergreifende Prozesse veraltet und unstrukturiert sind, gibt es sowohl auf Händler- als auch auf Herstellerseite erhebliche Schwachstellen. Die FURNeCorp-Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, unstrukturierte Informationen zu strukturieren. Die Zusammenarbeit zwischen Handel und Industrie soll durch die Einführung von einheitlichen Klassifikations- und Austauschformaten dauerhaft verbessert werden.

### Aus- und Weiterbildung

Mit der Fachschule des Möbelhandels und der Führungsakademie für die Möbelwirtschaft stehen dem BVDM zwei kompetente Partner in allen Aus- und Weiterbildungsfragen zur Seite. Dort kann nahezu das gesamte Spektrum der im Möbel- und Küchenhandel vertretenen Ausbildungsberufe und Qualifikationen erreicht werden, wie es im Kapitel „Qualifikation und Ausbildung“ beschrieben wird.

### Medien

Für Presse und Rundfunk ist der BVDM regelmäßig Ansprechpartner in allen branchenrelevanten Themen. An erster Stelle stehen die Fragen der Fach- und Wirtschaftspresse zu aktuellen konjunkturellen Entwicklungen oder



**Felix Doerr**

**Geschäftsführer Europa Möbel Verbund (EMV), Fahrenzhausen**

„Die zunehmende Anzahl von Verordnungen und Regelungen, wie beispielweise zur Energieverbrauchskennzeichnung oder Gewerbeabfallentsorgung, macht es unseren Gesellschaftern schwer, den Überblick zu behalten und sich stets gesetzeskonform zu verhalten. Gerne arbeiten wir in diesen Fragen mit dem Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) zusammen. Durch die kompetente Unterstützung des Verbandes können wir unsere Gesellschafter sach- und fachgerecht informieren. Diese können sich dann auf das Wesentliche konzentrieren: die Kundenberatung und den Verkauf von Möbeln und Küchen.“



im Umfeld der „imm cologne“ zu Trends und Neuentwicklungen im Möbel- und Küchenbereich. Verbrauchermagazine finden beim BVDM O-Töne und kompetente Studiogäste.

### Rechtlicher Rahmen

Der Möbelhandel wird zunehmend durch rechtliche Rahmenbedingungen - meist mit Brüsseler Stempel - bestimmt. Neue Informationspflichten kamen hinzu oder wurden verschärft, wie beispielsweise die Energieverbrauchskennzeichnung, bei der eine neue EU-Rahmenverordnung seit Anfang August 2017 eine Rückführung der Skala auf ein System ohne Plusklassen einläutet und dem Handel die Pflicht zum Austausch von Energielabeln am POS binnen kurzer Fristen auferlegt. Die EU-Holzhandelsverordnung verbietet den Import von Holzprodukten aus nicht legaler Abholzung und verpflichtet den importierenden Handel zu umfangreichen Dokumentationen und Nachforschungen. Die Verschärfung des Schutzes von tropischen Hölzern (z.B. Palisander) durch das Washingtoner Artenschutzabkommen CITES hat Handelsverbote zur Folge.

### Kaufrecht

Nahezu täglich erreichen den BVDM Anfragen von Mitgliedsunternehmen zu Fragestellungen aus dem Kauf- und Gewährleistungsrecht.

### Ansiedlungsfragen

Da Möbelhandel in den meisten Fällen vor den Toren der Städte stattfindet, stellt sich regelmäßig die Frage, in welchem Umfang zentrumsrelevante Sortimente im Möbelhandel vertrieben werden dürfen. In aller Regel richtet sich deren Zulässigkeit nach Bundesrecht und nach Landesrecht. Hier kommt den

BVDM-Landesverbänden eine besondere Rolle zu, die meist als Träger öffentlicher Belange bei der Ansiedlung großflächigen Einzelhandels angehört werden und insbesondere die lokalen Verhältnisse bestens einschätzen können.

### Verpackungsentsorgung

Die Rücknahme von Transportverpackungen liegt in der Verantwortung der Industrie. Zwei Branchenlösungen sind für den BVDM relevant: die der Küchenmöbelindustrie (RKD) und die der Wohnmöbel (Interseroh). Die Entsorgungsunternehmen rechnen mit den Systembetreibern Interseroh und RKD ihre Kosten ab. Der BVDM ist in diesem Zusammenhang beratend und informierend aktiv und arbeitet im Möbel-Beirat von Interseroh mit.





## Aufgaben und Ziele

Der BVDM ist der Fachverband des Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels innerhalb der Einzelhandelsorganisation des Handelsverbandes Deutschland (HDE).

Er vertritt die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen sowohl innerhalb des HDE als auch gegenüber den Organen der staatlichen und politischen Willensbildung sowohl auf nationaler wie auch auf europäischer Ebene. Der BVDM vertritt den Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel gegenüber vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen sowie konkurrierenden Vertriebswegen.

Hierbei setzt sich der Verband für die Mitgliedsfirmen ein. Ziel ist, ihre Selbstständigkeit und wirtschaftliche Sicherung innerhalb der freien und sozialen Marktwirtschaft zu erhalten. Der Verband fördert demokratische Wirtschaftsstrukturen, um allen Vertriebsformen und -größen gleiche Chancen zu bieten.

Zweck des Verbandes ist, die fachlichen Interessen des Möbelhandels zu fördern und dessen allgemeine wirtschaftlichen, beruflichen und sozialpolitischen Interessen zu vertreten.

Gremien, Arbeitskreise und Bildungseinrichtungen innerhalb des BVDM setzen sich für die Realisierung der Ziele des Verbandes in der Praxis ein.

### Der BVDM

- » fördert die fachlichen Aufgaben der Mitgliedsverbände, wahrt das Ansehen des Fachhandels und vertritt beider Interessen nach allen Seiten.
- » stellt Wettbewerbsregeln auf, fördert den Leistungswettbewerb und bekämpft den unlauteren Wettbewerb.
- » fördert durch geeignete Maßnahmen die beruflichen Interessen der Mitglieder seiner Landesverbände.
- » vertritt die fachlichen Interessen des Berufsstandes bei den gesetzgebenden Körperschaften, Regierungsstellen und Behörden.
- » pflegt den Gedankenaustausch mit Vereinigungen und Interessenverbänden des Möbelfachhandels und unterstützt so ihre ideellen und materiellen Bestrebungen.
- » steht der Presse als kompetenter Gesprächspartner in allen Fragen des Handels der Branche zur Verfügung.

## Institutionen und Gremien

### Fachbeirat IMM Cologne, Koelnmesse

BVDM-Präsident Hans Strothoff und BVDM-Hauptgeschäftsführer Thomas Grothkopp sind Mitglieder des Ausstellerfachbeirats der IMM Cologne. In diesem Gremium wird die Weltleitmesse der Möbel- und Einrichtungsbranche weiterentwickelt. Darüber hinaus gehören dem Fachbeirat auf Vorschlag des BVDM die Geschäftsführer einer Reihe namhafter Möbelhandelsunternehmen an.



### IWO furn – Die Branchenplattform für die Möbel- und Einrichtungsbranche

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) ist Mitglied des IWO furn-Beirats und tritt dort gemeinsam mit den anderen Beiratsmitgliedern (Verband der deutschen Möbelindustrie/VDM und Der Mittelstandsverbund – Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen (ZGV) sowie Daten Competence Center) dafür ein, dass den Anwendern Unabhängigkeit, Offenheit und Kontinuität beim Einsatz der IWO furn Services gewährleistet wird. Die stete Steuerung und Kontrolle durch den IWO furn-Beirat haben dazu beigetragen, dass sich die IWO furn-Plattform als umfassende Informationsdrehscheibe für den Einrichtungssektor etabliert hat.

IWO furn bietet die elektronische Unterstützung unternehmensübergreifender Prozesse von der Geschäftsanbahnung über die Bereitstellung von Produktinformationen bis hin zu den Geschäftstransaktionen. Mit dem Ziel der Vernetzung vorhandener Infrastrukturen und Software liefert IWO furn einen nachhaltigen Weg zu „Industrie 4.0“ in der Möbel- und Einrichtungsbranche.

Unternehmen, die über keine integrierten Arbeitsmöglichkeiten verfügen, werden durch Internet-Funktionalitäten von IWO furn wie B2B-Shops oder ein Lieferantenportal unterstützt. Diese ganzheitlichen technischen Möglichkeiten, in Kombination mit einem Serviceteam, das sich um die Partnernetzwerkung und technische Fragen kümmert, bieten die Chance für eine erfolgreiche Prozessintegration, die über den reinen Austausch von Daten weit hinausgeht. Jedes in den Unternehmen eingesetzte Softwareprodukt, aber auch E-Commerce-Plattformen oder Extranets der Verbundgruppen, können über alle Warengruppen hinweg in das IWO furn Konzept eingebunden werden, unabhängig von der Unternehmensgröße. IWO furn orientiert sich an internationalen Standards, ohne dabei die erforderliche Flexibilität vermissen zu lassen.

Aktuell übersetzt und verteilt IWO furn monatlich mehr als 900.000 EDI-Nachrichten und ermöglicht Anwendern die Kommunikation mit aktuell mehr als 1.000 über die Plattform erreichbaren Unternehmen.



Foto: Koelnmesse

## Tätigkeiten und Projekte

### ZIMlog

Das im Jahr 2015 gestartete Projekt ZIMlog hat in 2016 richtig Fahrt aufgenommen und konnte in 2017 als dauerhafte Einrichtung in das Daten Competence Center (DCC) überführt werden. Mit wissenschaftlicher Betreuung von Herrn Prof. Dr. Paul Wittenbrink haben sich verschiedene Arbeitsgruppen zu Schwerpunktthemen gebildet. Bearbeitet werden unter anderem die Schaffung von Standards für den papierlosen Warenverkehr, taggenaue Bestimmung des Liefertermins bereits bei der Kundenbestellung und Optimierung des Ablaufs bei der Entladung an der Handelsrampe.

**FURN@corp**

### FURNeCorp

Der Handelsverband Möbel und Küchen ist maßgeblich als Projekt- und Verwertungspartner an der Initiative „FURNeCorp“ beteiligt, die bereits seit Ende 2015 läuft. Die Pilotpartner Ostermann, W. Schillig und Rauch sind mit dem bisherigen Verlauf sehr zufrieden. In der verbleibenden Projektlaufzeit wollen sie

das Feedback- Management in den Product Lifecycle integrieren und auf Grundlage einer Efficient Consumer Response (ECR)-Methodik Standards schaffen, die in Handel und Industrie helfen, Fehler besser zu erfassen, zu verstehen und abzustellen.

Mittelstand-  
Digital

Regelmäßige Konsortialtreffen aller beteiligten Unternehmen und Dienstleister machen deutlich, dass das Branchenprojekt eine hohe Relevanz für die gesamte Einrichtungsbranche besitzt. Da vor allem in der Möbel- und Einrichtungsbranche unternehmensübergreifende Prozesse teilweise noch veraltet und unstrukturiert sind, gibt es sowohl auf Händler- als auch auf Herstellerseite erhebliche Schwachstellen, die erkannt und abgestellt werden können.

Aktuell wird ein exklusives Shop-in-Shop-Erlebnis im Möbelhandel gestaltet. Eine attraktive Warenpräsentation soll den Kunden auf der Verkaufsfläche dazu motivieren, den Ausstellungsbereich des Herstellers zu betreten, sich

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

zu informieren und interaktiv in den Kaufprozess einzusteigen. Darüber hinaus wird der Kunde anschließend über den Status aus dem Herstellungsprozess informiert.

Zum zweiten bearbeiten die Projektpartner den Referenzfall der Reklamationen. Dabei werden zunächst die Informationsanforderungen an Reklamationsfälle bei den in diesem Fall beteiligten Partnern Ostermann, Rauch und Hermes abgeglichen. Die Konsolidierung liefert dann die Grundlage für eine Erweiterung des Feedbackstandards. Nach der erfolgreichen Implementierung des Datenaustauschs und der Schnittstellenintegration für das Sammeln des Feedbacks bei allen Partnern können künftig Reklamationsfälle unternehmensübergreifend ausgewertet und gemeinsam Maßnahmen zur Reduzierung der Reklamationsquote abgeleitet werden.

Die beiden dargestellten Fälle geben einen ersten Eindruck der Möglichkeiten, welche Potenziale im Feedbackmanagement stecken. Ziel des „FURNeCorp“-Projektes ist es also, bei der Definition von Feedback-Kampagnen sowie von Formaten für das Sammeln und Auswerten von Feedbackdaten und bei der Waren-

klassifikation offene Standards zu schaffen. Die Teilnehmer planen für Ende 2017 eine weitere Veranstaltung, um die Projektergebnisse einem breiten Publikum vorzustellen. Die Abschlussveranstaltung soll schließlich auf der IMM Cologne 2018 stattfinden.

„FURNeCorp“ ist Teil der Förderinitiative „E-Standards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“, die im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert wird.

### eCl@ss

Gewissermaßen als Spin-off zu FURNeCorp beteiligt sich der BVDM seit dem Frühjahr 2016 an der Neugründung einer „Fachgruppe Möbel“ innerhalb von „eCl@ss“ e.V. mit dem Ziel eine standardisierte Möbelbezeichnung in der Branche zu erreichen. Dies wird den Marktpartnern helfen, die in FURNeCorp gesteckten Ziele leichter zu erreichen, weil dann alle eine einheitliche Sprache sprechen werden. Als erstes Zwischenergebnis wurde erreicht, dass der Bereich „Möbel“ erstmals mit dem Release 10 von „eCl@ss“ im Frühjahr 2017 Berücksichtigung fand und in drei von vier Ebenen abgebildet werden konnte. Die Ebene vier soll bis zum Release 2018 erstellt sein.



### Dr. Martin Ahnefeld

#### Geschäftsführer Ahnefeld Möbel-Logistik GmbH, Minden

„Die Zukunftsinitiative Möbellogistik (ZIMlog), ist eine notwendige Initiative für die gesamte deutsche Möbelbranche. In Zeiten von stark wachsenden neuen Geschäftsmodellen wird die Logistik in der Wertschöpfungskette „Möbel“ zukünftig eine Schlüsselrolle einnehmen. Gleichzeitig ist die Logistik mit spürbaren Problemen wie beispielsweise Fahrermangel, nur begrenzt attraktives Berufsbild und Kostendruck konfrontiert. Die intensive und konstruktive Zusammenarbeit zwischen Herstellern, Logistikern und Handel sowie den beteiligten Verbänden AMÖ, BVDM und VHK-Herford mündete in branchenübergreifenden Lösungen und Standards, die allen Beteiligten zu Gute kommen. Entscheidend ist jetzt die erarbeiteten Ergebnisse in der Praxis umzusetzen. Es wäre sehr bedauerlich, wenn die Lösungsansätze in den Schubladen verstauben und die gemeinsame Chance nicht genutzt würde.“



### Markus Ermert

#### Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V., Köln

„In der Förderung von Forschungs-, Entwicklungs- und Wissenstransferprojekten spielen Verbände wie der HWB eine wichtige Rolle. Zum einen kennen sie die Bedürfnisse ihrer Mitglieder und können damit auch Anforderungen formulieren, die Projekte wie FURNeCorp umsetzen. Zum anderen sind die Zugänge von Verbänden zu Unternehmen gerade für die praxisorientierten Fördervorhaben wichtig, da die Wissensträger in den Projekten über die Verbände mit den Unternehmen in Kontakt kommen können.“





SVR-Exkursion 2017 zur Konrad Hornschuch AG

### Der Sachverständigenrat beim BVDM

Sachverständige Unterstützung und Mitwirkung bei der Erarbeitung von deutschen Normen beim DIN, AMK-Merkblättern und DGM-Gütebedingungen für Möbel sowie die Beurteilung von Reklamationen und Schadensfällen sind seit Beginn der Möbelnormung satzungsgemäße Aufgabe und ein Schwerpunkt in der Arbeit des BVDM. Der Sachverständigenrat (SVR) besteht seit über 100 Jahren. Hier arbeiten öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige der Industrie- und Handelskammern unabhängig zusammen. Zum SVR gehören 23 vereidigte Sachverständige für Möbel, Küchen, Polstermöbel und Inneneinrichtungen, die für den Handel, die Möbelindustrie oder auch freiberuflich tätig sind. Die Sachverständigen sind

flächendeckend in Deutschland vertreten, die Kontaktdaten stehen im Internet unter [www.moebelsachverstaendige.de](http://www.moebelsachverstaendige.de).

Aufgabe der Sachverständigen ist es, Kundenreklamationen fachkundig zu beurteilen und im gerichtlichen wie außergerichtlichen Verfahren zu begutachten und zu bewerten. Die Erfahrungen aus dieser Arbeit fließen wieder als wichtige Informationen zu aktuellen Qualitätsstandards in den BVDM zurück, der diese in seiner täglichen Arbeit benötigt. Für den Nachwuchs sorgt eine Seminarreihe, die von einigen Mitgliedern des Sachverständigenrates im Rahmen der Führungsakademie für die Möbelwirtschaft, in Fortbildungs- und Vorbereitungsseminaren für junge Sachverständige durchgeführt wird. Der zentrale Prüfungsausschuss in Bielefeld nimmt die Prüfung von Bewerbern mit Hilfe von Mitgliedern des SVR ab. Damit sich die Sachverständigen fortbilden und auf dem aktuellen Stand der Fertigungs- und Verarbeitungstechnik halten können, organisiert der BVDM mehrmals im Jahr Seminare, die über die Fortentwicklung von Fertigungstechniken, Gütebedingungen und Handelsbräuchen informieren, die durch Betriebsbesichtigungen und Diskussionen weiterbilden oder in denen Sachverständigen Grundlagen erarbeitet werden.

Der Vorsitzende des Sachverständigenrates Alexander Laakes ist Ausschussmitglied im Fachbereich Möbel im Normenausschuss Holz und Möbel des Deutschen Instituts für Normung (DIN), sowie stellvertretender Obmann des Normenausschusses Polstermöbel und



Verschiedene Füllmaterialien (Sachverständigen-Ausbildung)

Expertenmitglied des Normenausschusses Möbel im DIN. Außerdem sind u.a. die Vorstandsmitglieder im Autorenkreis des Polsteratlas und des Küchenatlas, zwei maßgebliche Kompendien hinsichtlich der Bewertung und Einordnung von Beanstandungen in diesen Fachbereichen.

Insbesondere bei der Überarbeitung der Sicherheitsnorm für Möbel, DIN EN 14749, sowie der Bezeichnungsnorm DIN 68871 – die neu erschienen ist –, der Normen für Tische DIN EN 68885, 68707, der Normen für Möbeloberflächen DIN 68861, 1-8, der Normen Sitzmöbel DIN EN 1021, 1022, 1728 war und ist besonderer Einsatz erforderlich. Der Vorsitzende Alexander Laakes vertritt die Interessen des BVDM und seiner Mitglieder in diesen Ausschüssen. Er wirkt damit einer Normierung allein durch die Interessenverbände der Möbelindustrie entgegen. Gerade bei den wandhängenden Möbeln, die deutlich zuzunehmen, ist eine sachgerechte Haftungs- und Risikoverteilung geboten.

### Kernpunkte der Sachverständigenarbeit

Im vergangenen Jahr umfasste die Sachverständigenarbeit folgende Schwerpunkte:

1. Das Angebot für den Kundendienst in Handel und Industrie mit speziellen Kundendienstseminaren aus Sachverständigensicht.
2. Einzelseminare für Sachverständigenbetreiber.
3. Mitarbeit bei der AMK: Drei Merkblätter werden zurzeit über- und ein neues erarbeitet.
4. Mitarbeit im DIN: drei neue Normen sind erschienen und 26 befinden sich in der Überarbeitung.
5. Überarbeitung von Polsteratlas und Küchenleitfaden wurde abgeschlossen.
6. Sachverständigenexkursionen und Fortbildungen: Deutsches Naturstein-Archiv, König-Oberflächeninstandsetzung Schüler-Küchen und Rohleder-Stoffe.

Teile des Polsteratlas wurden überarbeitet. Damit deckt das Kompendium nun alle Sitz- und Liegemöbelbereiche mit Polsterungen sowie

Matratzen und Wasserbetten ab. Die Themen Leder und Kunstleder wurden mit Hilfe des Lederinstituts Freiberg erweitert. Teile des Atlas wurden in den Anhang der RAL – GZ 430,4 übernommen. Ein Prüfstempel zur orientierenden Härtemessung der Polsterung wurde entwickelt und ist seit fünf Jahren erfolgreich im Einsatz.

Im April 2015 erschien die vollständig überarbeitete Neuauflage des Küchenatlas, der jetzt unter dem neuen Titel „Küchenreklamationen beurteilen - Leitfaden für Sachverständige und Kundendienstmitarbeiter“ angeboten wird. Er enthält mehr Hinweise zur Vermeidung von Reklamationen und zählt die häufig anfallenden Reklamationen mit Bildbeispielen auf und kommentiert mit Regelwerken die Verstöße oder die Vorgehenshilfen bei der Beurteilung.

Der Vorstand des Sachverständigenrates wurde 2012 gewählt und im Januar 2017 anlässlich der Mitgliederversammlung im Amt bestätigt:

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 an der Seite der alten Vorstände mit. Axel Grässle ist weiterhin für die Pflege des Internetportals des SVR zuständig.





## Messen

Neben den bereits im Überblick dargestellten Messen für den Möbel-, Küchen- und Einrichtungshandel gibt es zwei Veranstaltungen am Standort des BVDM in Köln, die besondere Beachtung verdienen und bei denen sich der BVDM besonders engagiert.

### imm cologne/LivingKitchen

Mitte Januar eines jeden Jahres findet in Köln die IMM Cologne, die internationale Möbelmesse als Weltleitmesse der Möbelindustrie statt. Parallel dazu wurde im Jahr 2017 die „LivingKitchen“ durchgeführt. Vom 16. bis 22. Januar 2017 zeigten 1.185 Unternehmen aus 50 Ländern die Einrichtungs- und Küchentrends des neuen Jahres.

Die IMM Cologne und „LivingKitchen“ verzeichneten in diesem Jahr mit mehr als 150.000 Messebesuchern einen Rekord. Mit einem Anteil von nahezu 50 Prozent kam fast jeder zweite Fachbesucher aus dem Ausland. Die Messe hat die Erwartungen des Handels erfüllt. Die Qualität der Aussteller war hoch, sehr viele Neuheiten wurden gezeigt und die Besucher konnten ansprechende Produkt-

präsentationen erleben. Dies machte einen Messebesuch lohnenswert. Deshalb sieht auch der Handel - vertreten durch den BVDM - in der Messe einen großartigen Auftakt in das Möbeljahr 2017.

Von den 104.000 Fachbesuchern kamen 56.000 aus Deutschland und 48.000 aus dem Ausland (plus 4 Prozent). Für Europa konnten Steigerungen vor allem aus Spanien (plus 25 Prozent), Russland (plus 26 Prozent), Italien (plus 19 Prozent) und Großbritannien (plus 13 Prozent) verzeichnet werden.

Die „LivingKitchen“ war erneut ein großer Erfolg. Sieben Tage lang zeigten 200 Aussteller aus 21 Ländern - davon 50 Neukunden und Wiederkehrer - wieviel Innovationskraft, Designanspruch und Qualität in der Branche stecken. Die LivingKitchen konnte in diesem Jahr nicht nur nahtlos an den Erfolg im Jahr 2015 anknüpfen, sondern in vielen Bereichen die Kennzahlen deutlich verbessern. Immer wieder wurde das Konzept der Veranstaltung, das sowohl auf Business als auch auf Publikum ausgerichtet ist, positiv bewertet.



Foto: Koelnmesse

Aber nicht nur die innovativen Produkte der Aussteller, sondern auch die Koch-Events und großen Koch-Shows zogen an den Besuchertagen ein heterogenes, genussorientiertes Publikum zur Messe.

Die nächste IMM Cologne findet vom 15. bis zum 21. Januar 2018 in Köln statt. Das frühere Ausstellungsformat „LivingInteriors“ wurde zur „Pure Architects“ weiterentwickelt. Ganzheitliche Einrichtungs- und Planungskonzepte werden im Lifestyle-Ambiente des Pure-Segments (Ausstellungsbereich mit designorientierten, hochwertigen Ausstellern) besser präsentiert.

### Interzum

Als zweite wichtige Messe für die Möbel- und Küchenbranche hat sich die alle zwei Jahre stattfindende Interzum etabliert. Im Jahr 2017 stellten 1.732 Unternehmen auf der Interzum aus, die insgesamt 69.000 Fachbesucher zählte. Auch wenn es sich um die Zuliefermesse der Möbelindustrie handelt, trifft man immer häufiger auch Vertreter des Handels auf der Messe, die sich aus erster Hand über Neuentwicklungen in Bezug auf Materialien, Beschläge und Verarbeitungstechniken informieren. Für den BVDM ist dies Anlass genug, die Interzum ebenfalls fest in den Messekalender aufzunehmen und einige der führenden Zulieferer der Möbelindustrie dort zu treffen. Folgerichtig arbeitet der BVDM, vertreten durch seinen Geschäftsführer Thomas Grothkopp, im Fachbeirat der Interzum für die Interessen des Fachhandels mit.



Foto: Koelnmesse



## Qualifikation und Ausbildung

### Sechs Bildungsgänge zur Aus- und Weiterbildung

Im Berufsleben ist Zeit nicht nur Geld, sondern steht in erster Linie für die richtige Aus- und Weiterbildung. Vermehrt sind Bildungswege gefragt, die binnen kurzer Zeit alles vermitteln, was für die angestrebte Tätigkeit relevant ist. Erfolgreich praktiziert dies die Fachschule des Möbelhandels (Möfa) in Köln seit über 75 Jahren.

Die Möfa beherrscht die Kunst, in kurzer Zeit die Erfolgsmischung aus Betriebswirtschaft, Verkaufstechnik, branchenbezogener Gestaltungskompetenz und warentkundlicher Qualifikation zu vermitteln. Der enge Bezug zur Einrichtungs- und Küchenbranche ist ebenso Teil des Erfolgskonzeptes wie das leistungsfördernde Lernklima.

Abschlüsse an der Fachschule des Möbelhandels (Möfa):	Anmeldevoraussetzungen:
<b>Fachschule</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Staatlich geprüfte/r Einrichtungsfachberater/in Schwerpunkt Wohneinrichtungen</li> <li>» Staatlich geprüfte/r Einrichtungsfachberater/in Schwerpunkt Kücheneinrichtungen (Küchenfachberater/in)</li> <li>» Staatlich geprüfte/r Betriebswirt, Fachrichtung Möbelhandel (ggf. auch Fachhochschulreife)</li> </ul> Dualer Fachschulstudiengang <ul style="list-style-type: none"> <li>» „Kauffrau/-mann im Einzelhandel“ und „Staatlich geprüfte/r Betriebswirt, Fachrichtung Möbelhandel“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mindestens mittlere Reife (Realschulabschluss)</li> <li>» Abgeschlossene Berufsausbildung</li> <li>» Abschlusszeugnis der Berufsschule</li> <li>» oder alternativ zur Berufsausbildung 5 Jahre Berufstätigkeit (in Zweifelsfällen berät der Schulleiter)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>» Abitur oder Fachhochschulreife</li> <li>» Abschluss eines auf zwei Jahre verkürzten Ausbildungsvertrages zum/zur Kauffrau im (Einrichtungs-/Küchen-) Einzelhandel</li> </ul>
<b>Möfa als Berufsschule (ausbildungsbegleitender Berufsschulunterricht):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» „Verkäufer/in und Kauffrau/-mann im Einzelhandel“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Ausbildungsvertrag</li> <li>» Anmeldung durch das ausbildende Unternehmen</li> </ul>
<b>Höhere Berufsfachschule:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>» „Staatlich geprüfte/r Kaufmännische/r Assistent/in, Schwerpunkt Betriebswirtschaft mit möbelwirtschaftlicher Akzentuierung“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>» Mittlere Reife (Realschulabschluss)</li> </ul>

Die Fachschule des Möbelhandels bietet mit ihren staatlich anerkannten, kompakten und praxisnahen Fachschulstudiengängen beste Vorbereitung für die Übernahme von Tätigkeiten in der Einrichtungsberatung (Einrichtungsfachberater) oder der Unternehmensführung (Betriebswirt) für Interessenten mit Berufsausbildung.

Mit ihrem dualen Fachschulstudiengang kommt sie den besonderen Interessen von Schulabgängern mit Abitur oder Fachhochschulreife entgegen und ermöglicht den Unternehmen, diesen Interessenten ein attraktives Angebot zu machen. Für die Betriebswirte besteht sogar die Möglichkeit, unter Anrechnung der Möfa-Semester, berufsbegleitend ein verkürztes Bachelorstudium an Partnerhochschulen anzuschließen. Trainee-Konzepte der Schule ermöglichen die frühzeitige Einbindung der Unternehmen in die Qualifizierung von Nachwuchskräften, um der demografischen Lücke entgegen zu wirken. Mit der im März 2015 erfolgten Zertifizierung der Schule und der Bildungsgänge der Fachschule nach



Dieter Müller,  
Schulleiter

### Was unterscheidet die Fachschule des Möbelhandels (Möfa) von anderen beruflichen Schulen?

Die Möfa ist die einzige Bildungseinrichtung ihrer Art in Europa. Sie richtet ihr staatlich anerkanntes Bildungsangebot auf die Bedürfnisse der Einrichtungs- und Küchenbranche aus und vermittelt praxisorientiert die notwendigen Kompetenzen für eine erfolgreiche Karriere in der faszinierenden Welt des Wohnens und Einrichtens.

### Wie kann ich am besten vorab einen Eindruck von der Möfa gewinnen?

Unter [www.moefa.de](http://www.moefa.de) stehen Informationen bereit. Noch persönlicher und eindrucksvoller ist ein Besuch unserer Informationstage. Die Termine für 2018 werden auf der Homepage und bei Facebook veröffentlicht. Termine zur individuellen Beratung können auch gerne vereinbart werden.

### Wie sind die Beschäftigungsaussichten?

Die Möfa genießt einen ausgezeichneten Ruf in der Branche. Entsprechend groß ist die Nachfrage nach ihren Absolventen. Täglich

AZAV besteht auch die Möglichkeit, die Schule mit einem Bildungsgutschein der Arbeitsagentur zu besuchen.

In ihrer Fachberufsschule für die Auszubildenden im Einrichtungs- und Kücheneinzelhandel vermittelt die Schule, neben den Inhalten der obligatorischen berufsbezogenen und berufsübergreifenden Fächer, als einzige Schule in Deutschland die für die Branche unverzichtbaren speziellen Warenkunden. Damit bereitet sie optimal auf die IHK-Prüfung und die anschließende Berufstätigkeit vor. Im Jahre 2017 zeichnete die IHK Köln die Möfa zum wiederholten Male für herausragende Leistungen als Partner im dualen System der Berufsausbildung aus.

Schließlich führt die Schule für Schulabgänger mit Fachoberschulreife in ihrer Höheren Berufsfachschule eine dreijährige vollschulische Berufsausbildung zu Kaufmännischen Assistenten und zur Fachhochschulreife, Schwerpunkt Betriebswirtschaft mit möbelwirtschaftlicher Akzentuierung durch.

gehen Stellenanzeigen von Handel, Industrie und Verbänden ein, so dass die Absolventen im Anschluss leicht eine Anstellung finden. Nicht zuletzt sprechen die Zertifizierung nach AZAV und die überdurchschnittlich guten IHK-Abschlüsse der Auszubildenden und die Auszeichnungen der IHK für herausragende Leistungen als Partner im dualen System der Berufsausbildung für die Qualität der Lehre an der Fachschule des Möbelhandels.

### Wann beginnt der nächste Studiengang und wie melde ich mich an?

Die Fachschulstudiengänge und die Ausbildung zu Kaufmännischen Assistenten beginnen immer Ende September, bei großer Nachfrage auch Ende März. Die Ausbildung im dualen Studiengang beginnt in der Regel am 1. August. Die Anmeldeunterlagen sendet die Schule gerne auf Anfrage per Post oder E-Mail zu. Die Unterlagen können auch von der Schulhomepage heruntergeladen werden.

### Kontakt:

Fachschule des Möbelhandels  
Frangenheimstr. 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 13-0, Fax: -27  
[info@moefa.de](mailto:info@moefa.de), [www.moefa.de](http://www.moefa.de)



### Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugservice

Im August 2006 war es soweit. Nach intensiven Vorarbeiten startete auf Initiative des BVDM der neue Ausbildungsberuf Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugservice. Er wurde bis zum 31. Juli 2011 in der Praxis erprobt und hat die Probezeit erfolgreich bestanden. Der neue Beruf ist somit im Markt angekommen und wird von den Betrieben der beteiligten Branchen Handel, Speditionen und Industrie angenommen.

Drei Jahre dauert die Ausbildung, während der die Auszubildenden aus einem sehr breit angelegten Fächerangebot in Theorie und Praxis Fertigkeiten erwerben, die zu einer fachgerechten Küchen- und Möbelmontage notwendig sind.

So werden neben den klassischen Inhalten wie Montage, Auf- und Abbau von Küchen und Möbeln auch die fachgerechte Be- und Entladung des LKWs, der Anschluss der Ver- und Entsorgungsleitungen als auch wesentliche Aspekte der Qualitätssicherung, des Umweltschutzes und der Arbeitssicherheit vermittelt. Auch logistische Fähigkeiten wie Routen- und Zeitablaufplanung oder so



genannte Soft-Skills, wie der Umgang mit den Kunden und die Behebung kleinerer Mängel vor Ort, gehören zu den Lerninhalten.

Kompetenzen, mit denen die rund 9.000 Möbel-, Küchen und Einrichtungsfachhändler, die der BVDM vertritt, Kundenzufriedenheit erhöhen, Reklamationsquoten senken und die Ablauforganisation verbessern können.

Insgesamt rund 500 neue Ausbildungsplätze werden jährlich neu begründet. Insgesamt sind daher ca. 1.500 junge Menschen in der Ausbildung zur Fachkraft für Möbel-, Küchen- und Umzugservice. Eine beeindruckende Zahl, die auch nicht dadurch verliert, dass neben dem Möbel- und Küchenfachhandel auch die Möbelspeditionen in diesem neuen Berufsbild ausbilden. Ganz im Gegenteil: Einmal mehr wurde bewiesen, dass man gemeinsam etwas schaffen und bewegen kann.



Foto: Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ)



#### Thommy Lind Manager Leolux Design Center, Krefeld

„Durch die Entscheidung für die Fachschule des Möbelhandels (Möfa) konnte ich meinen Werdegang deutlich bereichern und meine Entwicklung und Laufbahn beschleunigen. Mein bereits gutes Netzwerk innerhalb der Möbelbranche konnte ich deutlich ausweiten. Letztendlich ist der Gang zur Möfa entscheidend gewesen, dass ich heute eine Führungsposition bekleide.“

Wer in Zukunft im Wettbewerb bestehen will, muss ohne Wenn und Aber sein Service-Angebot erweitern. Hierzu gehört auch, mit qualifizierten Mitarbeitern die Möbellieferung und Montage aus einer Hand zu bieten und durch qualifizierte Mitarbeiter kleinere Reklamationen vor Ort zu beheben oder sogar Zusatzverkäufe zu tätigen.

Damit hat es der Möbelhandel geschafft, die Möbelauslieferung und Montage künftig von kompetenten Mitarbeitern, die eine eigene Ausbildung durchlaufen haben, vornehmen lassen zu können.

### Führungsakademie für die Möbelwirtschaft

Im Möbel- und Küchenhandel wird mit technisch aufwändigen Produkten und erklärungsbedürftigen Materialien gearbeitet. Für den Erfolg der Branche ist darum Weiterbildung eine unabdingbare Voraussetzung, genauso wie die regelmäßige Auffrischung der bestehenden Kenntnisse. Mit der Führungsakademie für die Möbelwirtschaft hat der BVDM einen kompetenten Partner, der diese Aufgabe übernommen hat.

Die Akademie ist ein Tochterunternehmen der Fachschule des Möbelhandels in Köln und bietet zu vielen unterschiedlichen Bereichen Kurz- und Wochenendseminare an.

Die Seminare können sowohl auf Basis des Seminarprogramms am Standort der Akademie in Köln gebucht, als auch als individuelles Firmenseminar entweder in Köln oder am Unternehmensstandort durchgeführt werden. In diesem Fall lassen sich die Themen und Inhalte auf die individuellen Belange und auch Produkte des Unternehmens abstimmen.

Zur Auswahl stehen Seminare aus den Bereichen: Organisation, Führung, Management (z.B. Kostenrechnung, Sortimentssteuerung, Kommunikation), Verkauf und Kundendienst (z.B. Verkaufstechnik, Kundendienst, Reklamationsbearbeitung), Planung und Gestaltung (mit z.B. Küchenplanung, Raumplanung, Büroplanung, Einsatz von Farbe), Warenkenntnis und Materialkunde (z.B. Polstermöbel, Bezugstoffe, allg. Materialkenntnis, Küchentechnik) sowie Sachverständigenseminare (z.B. kaufmännische und rechtliche Kenntnisse, fachliche Kenntnisse, Gutachtenaufbau).



Die Referenten der Akademie sind alle im Hauptberuf Dozenten der Fachschule des Möbelhandels oder öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige für industriell gefertigte Möbel, Küchen und/oder Inneneinrichtungen und ausgesprochene Spezialisten in ihren jeweiligen Bereichen.

Das Seminarprogramm der Akademie steht unter [www.fuehrungsakademie-moebel.de](http://www.fuehrungsakademie-moebel.de) zum Download bereit.







## Publikationen

Der BVDM informiert die Öffentlichkeit bei wichtigen Anlässen mit Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Stellungnahmen, Interviews und mehr. Außerdem ist der BVDM Mit-herausgeber des Newsletters „Info Wohnen + Büro“, der wöchentlich die Landesverbände unter anderem über tagesaktuelle Entwicklungen des Möbelhandels unterrichtet. Die Landesverbände informieren mit dieser Hilfe ihre Mitgliedsunternehmen. Darüber hinaus gibt der BVDM, neben diesem Geschäftsbericht, vier weitere bedeutende Publikationen heraus:

### Küchenreklamationsleitfaden

Gerade im Bereich der Küchenauslieferung und -Montage liegen die Reklamationsquoten seit Jahren sehr hoch, wie der BVDM aus vielen Gutachten der Möbel- und Küchensachverständigen weiß. Aber nicht jede Reklamation ist berechtigt. Um hier eine Richtschnur zur Beurteilung typischer Reklamationen zu geben, haben Mitglieder des Sachverständigenrates beim BVDM mit Vertretern der Küchenmöbelindustrie, der Deutschen Gütegemeinschaft Möbel (DGM) und der Landesgewerbeanstalt Nürnberg (LGA) gemeinsam

den Leitfaden zur Beurteilung von Küchenreklamationen erarbeitet. Er ist ein interaktives, computerbasiertes Nachschlagewerk auf USB-Stick mit den häufigsten Reklamationen.

Der Handel und seine Kundendienstmitarbeiter, aber auch die Industrie können damit auf ein Kompendium zurückgreifen, das auf tiefem Wissen aufgebaut wurde. In den allermeisten Fällen hilft es bei der Beurteilung von Reklamationen, oder gibt Hinweise, wo die Beurteilung nachzuschlagen ist. Damit kann dem Kunden eine sachlich fundierte Antwort zu seiner Reklamation gegeben oder festgestellt werden, ob dies nur von einem Sachverständigen beurteilt werden kann.

Die enthaltenen Informationen geben die technischen Beurteilungsgrundlagen an und müssen von Sachverständigen oder Kundendienstfachleuten mit dem Ist-Zustand verglichen werden. Daraus können die entsprechenden Schlüsse eigenverantwortlich gezogen und so die Reklamation sachgerecht beurteilt werden. Die Ausarbeitung ist ausdrücklich nicht für Laien, Rechtsanwälte oder Verbraucher bestimmt - nimmt also nicht

das Ergebnis einer fachlichen Beurteilung vorweg - sondern erläutert, auf welchem Weg man zu einer korrekten Beurteilung kommen kann. Der Küchenreklamationsleitfaden kann direkt beim BVDM zum Preis von 149,00 Euro bestellt werden.

### BVDM-Möbel-Taschenbuch

Seit mehr als zwanzig Jahren liegt das BVDM-Möbel-Taschenbuch als ständiger Ratgeber griffbereit auf vielen Schreibtischen der Mitarbeiter und Führungskräfte des Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandels. Dieses Standardwerk ist aus der Möbelbranche nicht mehr wegzudenken. Auf rund 300 Seiten im



handlichen DIN A6-Format gibt es gezielte Informationen, einen umfangreichen Statistikeil sowie die wichtigsten Gesetze und Verordnungen in Auszügen für den Möbel- und Küchenfachhandel. Hinzu kommen viele nützliche Branchenadressen, Messetermine und Basisinformationen.

Das BVDM-Möbel-Taschenbuch wird jährlich neu zur IMM Cologne überarbeitet und in Zusammenarbeit mit den Fachleuten des Ferdinand Holzmann-Verlags in Hamburg und Dozenten der Fachschule des Möbelhandels in Köln, vom BVDM herausgegeben. Die Mitglieder der BVDM-Landesverbände erhalten das Taschenbuch kostengünstig im Rahmen ihrer Mitgliedschaft in der Einzelhandelsorganisation. Der Einzelbezug ist zum Preis von 15,00 Euro direkt über den BVDM möglich.

### Handbuch

Die Warenkunde ist gerade bei beratungsinintensiven Produkten des Möbel- und Einrichtungsfachhandels unabdingbares Rüstzeug für einen erfolgreichen Händler. Darum hat der BVDM in Zusammenarbeit mit Dozenten der Möfa dieses Handbuch herausgegeben, ein unentbehrliche Nachschlagewerk für Auszubildende, Ausbilder und Prüfer der Möbel- und Einrichtungsbranche. Über 200 Schlagworte und Antworten auf rund 350 klassische Fragen bereiten ideal auf die Abschlussprüfungen im warenkundlichen Bereich für die Berufe Kaufmann/Kauffrau im Einzelhandel/Möbelhandel und Verkäufer/-in im Möbelhandel vor. Das Handbuch kann zum Preis von 22,00 Euro direkt beim BVDM bestellt werden.

### Polsteratlas



Eine weitere Publikation, die ebenfalls auf eine Initiative des Sachverständigenrats beim BVDM zurückzuführen ist, ist der Polsteratlas, der ähnlich wie der Küchenatlas dem sach- und fachkundigen Nutzer Hilfestellung bei der Beurteilung von Reklamationen bei Polstermöbeln, Betten und Matratzen gibt. Der Polsteratlas kann bei der P.O.S. Polsterservice GmbH, [www.polsterservice.de](http://www.polsterservice.de) bezogen werden.

## GPK Präsidium

---



**Präsidentin**  
**Christina van Dorp**  
Wilhelm van Dorp KG, Bonn



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



**Vizepräsident**  
**Hermann Hutter**  
Carl Abt GmbH & Co. KG, Günzburg



**Ehrenpräsident**  
**Carl Reckers**  
Werne



**Ehrenpräsident**  
**Walter E. Ferdinand**  
Koblenz



## GPK – Highlights der Branche

### Branchentagung

Mit Weimar (1994), Berlin (2000) und Erfurt (2009) war der GPK-Handelsverband bereits dreimal in Mitteldeutschland zu Gast. Der föderalistischen Struktur der Handelsorganisation folgend, fand die Branchentagung vom 29. bis zum 30. Mai 2017 in Leipzig statt. Partner vor Ort waren der Handelsverband Sachsen und die Leipziger Messe, die am Sonntag, 28. Mai 2017 zum Begrüßungsabend ins Restaurant „Barfusz“ einlud. Veranstaltungsort war die restaurierte Kongresshalle, die von der Messegesellschaft betrieben wird und den einmaligen, attraktiven Rahmen für die Vorträge, Workshops und Partnerstände bot.

Für Montagnachmittag hatte der Handelsverband Sachsen eine Exkursion zu interessanten Geschäften der Leipziger Innenstadt organisiert und die Tourführer gestellt. Die Teilnehmer trafen sich anschließend zu einem Orgelkonzert in der Nikolaikirche. Der Branchenabend fand in der Kiwara-Lodge des bekannten Leipziger Zoos statt, in afrikanischem Ambiente, mit afrikanischen Speisen und Musik.

### Messen

Von der weltweit größten Konsumgütermesse der Branche in Frankfurt/Main profitiert die Branche überproportional. Die deutschen Hersteller haben so eine hervorragende Plattform für ihren internationalen Vertrieb, der deutsche Handel braucht nicht weit zu reisen, denn er findet auf der „Ambiente“ fast alles, was er für ein attraktives Sortiment benötigt.

Ein zweiter, um zwei Wochen vorgelagerter Messetermin in Frankfurt ist ebenfalls interessant: Das Messe-Trio „Christmasworld“, „Creativeworld“ und „Paperworld“. Hier geht es nicht um Tisch- und Küchenausstattung, weniger um Wohnaccessoires, vielmehr um den großen Markt der Saisonartikel sowie interessanter Randsortimente.

Die Frankfurter Messe „Tendance“ fand im Jahr 2017 erstmals Ende Juni statt. Insbesondere für volumenstarke Einkäufer lag der bisherige Spätsommertermin zu nah an der Weihnachtssaison. Die „Tendance“ vereint eine Vielzahl von Sortimenten der Frankfurter Frühjahrmessen, von der „Heimtextil“ über



Foto: Eventfotografie Schneider

die „Christmasworld“ bis hin zur „Ambiente“. Sie bot im Jahr 2017 erstmals einen Outdoorbereich an.

Die regionalen Ordermessen schließen sich zeitlich an: „Trendset“ in München, „Vivanti“ in Dortmund und „Nordstil“ in Hamburg. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur arbeitet in Beiräten dieser Messen mit, koordiniert die Termine.

### Pressearbeit

Erster Ansprechpartner für die Publikums- und Wirtschaftspresse ist oftmals der Handelsverband Koch- und Tischkultur, der den Journalisten ein Begriff ist, da er seit den 1990er Jahren seine Jahrespressekonferenz auf der Messe „Ambiente“ durchführte. Mittlerweile zählen 25 Journalisten zu den ständigen Teilnehmern. Auf der Pressekonferenz werden die Wirtschaftsdaten des abgelaufenen Jahres und die Prognosen für das laufende Jahr vorgestellt.

### Vertriebsverträge

Immer mehr Fachhandelslieferanten versuchen ihre Vertriebspolitik mit Verträgen zu unterlegen und so ihre Marke, ihren Qualitätsanspruch und ihre Philosophie zu untermauern und bis zum Endverbraucher darzustellen. Jeder einzelne Händler der Branche wäre überfordert, sich allein mit den Verträgen zu befassen, geschweige denn, sie im Vorfeld mit den jeweiligen Lieferanten zu diskutieren. Daher verhandelt der Handelsverband Koch- und Tischkultur die Inhalte, schaut mit auf die Rechtskonformität, achtet auf die Praktikabilität und eine faire Berücksichtigung der Interessen beider Wirtschaftsstufen.

Mittlerweile überarbeiten Lieferanten auch ihre Konditionsmodelle, passen sie an die veränderten Vertriebsstrukturen an. Auch diese Modelle werden mit dem Handelsverband besprochen, auf seine Empfehlung hin optimiert. Wobei es hier in keiner Weise um die Höhe der Konditionen geht, was dem Verband kartellrechtlich untersagt ist.

### Ehrenamt

Obwohl der Handelsverband hauptamtlich von einem Geschäftsführer, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geleitet wird, ist das Ehrenamt eine unverzichtbare Säule und fester Bestandteil der Verbandsarbeit. Ehrenamtlich arbeiten die Mitglieder des Präsidiums, die Sprecher der Erfa-Gruppen und die Teilnehmer der Arbeitskreise. Die Mandatsträger sind erfahrene, politisch verantwortungsvoll handelnde Unternehmer. Mit Herzblut und Engagement lenken sie gemeinsam mit dem Geschäftsführer die Geschicke des Handelsverbandes, formulieren Ziele und sorgen für deren Umsetzung.

### Susanne Sorg

#### Vorstand EK/servicegroup eG, Bielefeld

„Die Kunden erwarten von unseren Händlern digitale Präsenz. Wir als Verbundgruppe müssen unsere Mitglieder dabei unterstützen und zentrale Leistungen erbringen. Unser Omnichannel-Baukasten bietet bereits eine wichtige Hilfestellung für die Basics. Eine dieser Basic-Dienstleistungen ist der „Commerce Connector“, der Bestandsdaten eines Händlers mit den jeweiligen Markenherstellern verbindet. So kann ein Kunde online – auf den Markenseiten der Industrie – sehen, wo er welches Produkt stationär kaufen kann. Eine weitere Dienstleistung aus dem Omnichannelportfolio ist das Kiosk-System, mit dem wir unseren Mitgliedern eine verlängerte virtuelle Ladentheke zur Verfügung stellen. „Nein-Verkäufe“ gehören der Vergangenheit an. Gern habe ich den Omnichannel-Baukasten auf der Tagung des Handelsverbandes Koch- und Tischkultur in Leipzig Händlern und Herstellern erläutert.“



Foto: Eventfotografie Schneider



## Aufgaben und Ziele

Im Rahmen der Einzelhandelsorganisation ist der Handelsverband Koch- und Tischkultur für die Bearbeitung aller branchenspezifischen Themen der Mitgliedsunternehmen verantwortlich:

**Kompetenzfeld Genießen:** Tischausstattung mit Glas, Porzellan, Keramik, Besteck und Korpuswaren, Tischtextilien und Tischaccessoires.

**Kompetenzfeld Kochen und Grillen:** Cookshop mit Töpfen und Pfannen, Backgeräten, Küchenhelfern und Elektrokleingeräten, Grillgeräten und Zubehör, Küchentextilien.

**Kompetenzfeld Schenken:** Geschenkartikel, Accessoires, Produkte für den persönlichen Lifestyle und die individuelle Wohnraumgestaltung.

**Kompetenzfeld Wohnen:** dekorative und funktionale Produkte für Haus und Garten, mit Haustextilien, Leuchten, Kleinmöbeln.

**Der GPK-Handelsverband** vertritt in Branchengremien gegenüber Lieferanten und Messen die Interessen des Fachhandels.

informiert und kommuniziert mit allen Branchenstufen und -institutionen.

ergreift die Initiative für Branchenprojekte, die auch über die Wirtschaftsstufe Einzelhandel hinausgehen können.

sorgt für Informationen und bedient seine internen Medien, die Homepage [www.wohnenundbuero.de](http://www.wohnenundbuero.de) und im Rahmen der Fachzeitschrift „P&G“ die monatlich erscheinenden vier Seiten „GPK intern“.

arbeitet eng zusammen mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und seinen Landesverbänden sowie gleichgelagerten Branchenverbänden.

Der Handelsverband ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung. Seine Ziele sind die Förderung des Fachhandels, die Durchsetzung der Chancengleichheit für Fachgeschäfte. Er tritt für die Sicherung von selbständigen Existenzen im Facheinzelhandel ein. Dazu gehört auch die Unterstützung von Existenzgründungen, die Entwicklung neuer Geschäftskonzepte sowie Maßnahmen, die der Qualifizierung von Fachabteilungen bei Waren- und Möbelhäusern dienen. Der Handelsverband ist zuständig für alle vorgenannten branchenfachlichen Belange der in seinen Landesverbänden organisierten Einzelhandelsunternehmen, unabhängig von Vertriebsform und Betriebsgröße.

Als Mitglied des Handelsverbandes Deutschland (HDE), der die überfachlichen Belange des Handels in Berlin und Brüssel vertritt, wirken Vertreter des Handelsverbandes in den Gremien und Ausschüssen des HDE mit.

**Aufgaben des Handelsverbandes**  
Politisches Engagement auf Landes- und Bundesebene (Wettbewerbs-, Kartell- und Steuerrecht).

**Mittlerfunktion** zwischen den Fachgeschäften und ihren Vorstufen (Hersteller, Importeure, Großhandel) sowohl in Grundsatzfragen als auch bei Einzelproblemen von allgemeiner Bedeutung.

**Abwehr ungerechtfertigter Forderungen** von Lieferanten.



Durchsetzung einheitlicher Standards für die Bereitstellung von Artikelstammdaten und Mediendaten sowie der Klassifizierung nach dem Sortiments-Artikel-Schlüssel (SAS).

Förderung von Warenwirtschaftssystemen und elektronischen Datenaustauschprozessen der Branche.

Überprüfung standardisierter Vertragsgestaltung von Lieferanten (Allgemeine Geschäftsbedingungen, Vertriebsverträge usw.).

Bildung und Begleitung von Handelsbeiräten bei Herstellern.

Interessenvertretung im Rahmen der Messenpolitik, Mitarbeit in Messebeiräten und Strategie-Kommissionen.

### Fachliche Information über

- » GPK intern (Beihefter der Zeitschrift „P&G“)
- » P&G (Fachzeitschrift, Organ des Handelsverbandes)
- » Veranstaltungen wie Branchentagungen als politische und gesellschaftliche Branchentreffs
- » Info Wohnen + Büro als wöchentlicher E-Mail-Dienst über die Geschäftsstellen der Landes- und Regionalverbände der Einzelhandelsorganisation

Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs.

Unterstützung von Grundsatzprozessen in fachspezifischen Wettbewerbsfragen.

Zusammenarbeit mit den Einkaufsverbänden der Branche.

### Aufgaben und Leistungen der GPK Verlags-@Service GmbH

Organisation von professionell betreuten Erfahrungsgruppen mit jährlich jeweils zwei Treffen.

Durchführung des Jahresbetriebsvergleichs mit wichtigen Kennziffern und Benchmarks.

Vereinbarung mit Messegesellschaften über exklusive Angebote für Erfahrungs-Händler.

Handbuch für die fachliche Aus- und Weiterbildung im Einzelhandel mit Hausrat, Glas und Porzellan.

Durchführung der in zweijährigem Turnus stattfindenden GPK-Branchentagung



## Tätigkeiten und Projekte

### Category Management im GPK Fachhandel

Verkaufsraumkonzepte nach dem Category Management-Prinzip sind als fester Bestandteil der GPK-Branche etabliert. Das Projekt zur Umsetzung, das im Jahr 2011 durch den Handelsverband Koch- und Tischkultur initiiert wurde und das die Mehrbranchenverbundgruppe EK/Servicegroup durchführt, hat sich erfolgreich weiterentwickelt. Im vergangenen Jahr dehnte sich die Teilnahme sogar auf Standorte in Österreich aus. Bei fast allen der inzwischen über 40 nach diesen Prinzipien arbeitenden Unternehmen kam es zu Umsatzsteigerungen im zum Teil zweistelligen Prozentbereich.

Die Händler der ersten beiden Pilotphasen haben ihre Erfahrungen an neue Teilnehmer weitergegeben. Die Teilnahmevoraussetzungen für das Projekt sind ein definierter Mindestumsatz, ein Warenwirtschaftssystem mit Schnittstellen zum Einlesen von Stammdaten und Reports für Abverkaufsdaten, die Erfassung von Verkäufen auf Artikelbasis, eine Potenzialanalyse sowie die Bereitstellung eines Flächenplans, einhergehend mit der Bereitschaft, sich und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Prozess aktiv einzubringen.

Zahlreiche Nachfragen meist kleinerer Händler ohne artikelgenaue EDV hatten EK/Servicegroup und der Handelsverband aufgegriffen und für sie eine Variante erarbeitet: ein Flächenplan mit Warenpositionierung wird erstellt und der Einstieg in eine artikelgenaue Warenwirtschaft vorbereitet. Das Vorgehen bei der Variante für kleine Händler ist mit der Entwicklung des ursprünglichen CM-Projektes bis auf den EDV-Part identisch.

In 2017 wurde bereits sehr früh an fünf Standorten mit der Umsetzung begonnen. Die Zeitspanne von der Beratung bis zur Umsetzung beträgt bei GPK-Haushaltswarenfachhändlern im Regelfall einige Monate. Das Beratungskontingent umfasst etwa 15 Manntagen, ausgeführt durch das Category Management-Team.

Die Ergebnisse lassen sich sehen – Effizienzgewinnung, Umsatzsteigerungen, Käuferzufriedenheit, höherer Durchschnittsbonus und wiederkehrende Kunden. Category Management ist allerdings keine einmalige Aktion, sondern ein kontinuierlicher Prozess, der somit eine wirkungsvolle Maßnahme mit einem überschaubaren finanziellen Invest



**Philipp Keller**

**Geschäftsführer J.G. Lorey Sohn Nachfolger GmbH & Co. KG, Frankfurt/Main**

„Unsere Kunden erwarten, neben einem attraktiven stationären Sortiment, dies auch online ansehen und bestellen zu können. Der Mehraufwand kann nur in Kooperation mit Industrie und Fulfillment-Dienstleistern gestemmt werden. Diese Botschaft habe ich in unserer Fachzeitschrift „P & G“ formuliert und auf der Branchentagung 2017 in Leipzig erläutert. Die Zustimmung von Kollegen und der Industrie kam prompt. Nun muss konsequent daran gearbeitet werden, damit das Petium unseres Handelsverbandes nicht verpufft.“



der Teilnehmer ist. Zwei der Teilnehmer des CM Projektes konnten auf der GPK Branchentagung in Leipzig von ihren Erfahrungen berichten. Zwölf Lieferanten unterstützen das Category Management-Projekt finanziell und personell.

### Fördermitglieder unterstützen die Arbeit des Verbandes

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur finanziert sich aus Anteilen der Mitgliedsbeiträge, die Händler der Branche an die Landes- und Regionalverbände der Handelsorganisation zahlen. Ergänzend unterstützen Einkaufsverbände des Handels wie EK/Servicegroup, Messgesellschaften und Dienstleister die Arbeit der Fachverbände, im Rahmen eines Sponsorings der Branchentagungen leisten dies zusätzlich eine große Zahl von Lieferanten. Direkte Mitgliedschaften von Handelsunternehmen im Fachverband sind nicht möglich.

### Betriebsvergleich: Unternehmenserfolg richtig einschätzen

Um den Händlern eine realistische Einschätzung ihrer Unternehmenserfolge zu ermöglichen, gibt es den Betriebsvergleich, der schon vor 38 Jahren als Instrument hierfür diente. Träger des Jahresvergleichs ist der Handelsverband Koch- und Tischkultur in Kooperation mit EK/Servicegroup und ZHH mit ihren Erfahrungsgruppen der Branche für Tisch- und Küchenausstattung sowie Wohnaccessoires und Geschenkartikel. Die Durchführung liegt seit 2011 beim Institut für Handelsforschung

(IFH) in Köln. Alle Händler, die Mitglieder der Handelsverbände sind, können kostenlos teilnehmen.

Die Dateneingabe erfolgt bequem über ein Online-Formular. Abgefragt und ausgewertet werden Eckdaten u.a. aus den Bereichen Umsatz, Personal, Sortiment sowie betriebliche Kosten. Aufgeteilt nach Größenklassen erhalten Teilnehmer eine umfangreiche Auswertung. Ziel ist es, die Kosten- und Leistungsstrukturen zu ermitteln und darzustellen, für die Teilnehmer die eigene Marktposition zu erkennen und Schlussfolgerungen für die Steuerung des eigenen Unternehmens zu ziehen. Über die Kennzahlen aller Teilnehmer werden – nach Gruppen jeweils ähnlich großer Betriebe differenziert – Durchschnittswerte gebildet und den Teilnehmern anonym mitgeteilt. Die Auswertung steht ausschließlich teilnehmenden Händlern sowie mit ihren Durchschnittsergebnissen dem Handelsverband als Grundlage für seine politische und beratende Arbeit zur Verfügung.





### Erfa – Gemeinsam besser werden

Erfa-Gruppenarbeit ist ein wirksames betriebswirtschaftliches Instrument. Im GPK-Bereich gibt es diese Form der gemeinsamen Entwicklungsarbeit von Fachgeschäften seit mehreren Jahrzehnten. Träger der Erfa-Arbeit ist der Handelsverband Koch- und Tischkultur, durchgeführt wird sie von der GPK Verlags- @ Service GmbH. Daneben gibt es eine Erfa-Gruppe des ZHH und zwei Gruppen der EK/Servicegroup. Die Leitung der Gruppen erfolgt durch hierauf geschulte Unternehmensberater.

Die Erfa-Arbeit besteht im kontinuierlichen Monitoring des eigenen Unternehmens und aus zwei Tagungen - im Frühjahr und im Herbst -, bei denen die eigenen Kennzahlen mit denen der anderen Mitglieder verglichen werden. Die Tagungen behandeln jeweils ein besonderes Schwerpunktthema, das - neben der Bearbeitung durch den Gruppenleiter - von den Teilnehmern vorbereitet wird. Die Tagungen finden an wechselnden Orten statt: Mal wird bei Kollegen getagt, mal in Städten mit besonderen Konzepten und interessanten Geschäften.

Die Gruppen bestehen aus Händlern ähnlicher Größenklassen und Sortimente. Die Gruppen sind nicht regional zusammengesetzt, stehen daher nicht in einem Konkurrenzverhältnis. So wächst neben der Erfahrung auch der Zusammenhalt. Aus den Verbindungen ist schon manche Kooperation für gemeinsames Marketing oder für den Einkauf entstanden.

Mitglieder der Erfa-Gruppen haben durch den Handelsverband exklusiven Zugang zum „Tulip Club“ der beiden Leitmesse „Ambiente“ und „Tendence“. Dies umfasst - über eine exklusive Business-Lounge hinausgehend - Vergünstigungen wie kostenloses Parken und Catering. Auch Reisen zu anderen Messefor-

maten wie der „Maison & Objet“ in Paris oder der „International Home & Housewares Show“ in Chicago werden über den Handelsverband an Erfa-Mitglieder vermittelt. Für andere Messen organisiert der Handelsverband punktuell Kooperationen für einen freien Messezutritt seiner Erfa-Gruppen.

Die Teilnahme am Jahresbetriebsvergleich ist für eine Erfa-Mitarbeit sehr sinnvoll, aber keine zwingende Voraussetzung. So beziehen einzelne Gruppen die von den jeweiligen Mitgliedern freigegebenen Individualdaten, aus denen ein Gruppendurchschnitt gebildet wird, der dem Gesamtdurchschnitt aller meldenden Händler gegenüber gestellt wird. Die Händler erhalten die Kennziffern vom IFH in Form von Tabellen und Grafiken. Vergleiche mit Vorperioden sind ohne weiteres möglich.

Mit den Erfa-Gruppen bietet der Verband den Händlern eine Plattform, Ideen zu entwickeln, Netzwerke aufzubauen, Informationen auszutauschen und gemeinsam zu handeln. Sei es bei der Frage, welche Produkte und Sortimente besonders gut laufen oder was zu tun ist, um erfolgreich am Markt agieren zu können. Dazu gehört die Auswertung interner Betriebsvergleiche oder die Analyse verdeckter Unternehmenspotentiale sowie Basisthemen wie Personaleinsatz, Mitarbeiterschulungen, Kundenbindung und Lagerhaltung. Auch die Diskussion über Brennpunktthemen der Branche findet in den Gruppen statt, zu deren Treffen fallweise der Verbandsgeschäftsführer kommt. Dem Handelsverband wird aus den Gruppen direkt gespiegelt, welche Entwicklungen stattfinden, wo politischer Handlungsbedarf besteht und welche Hersteller-Handels-Beziehungen gut laufen. Die Kommunikation verläuft hier offen und ist für Teilnehmer und Handelsverband gleichermaßen wichtig.



**Imme Vogelsang**  
iv imagetraining, Hamburg

„Aus meiner Tätigkeit in der PR-Agentur Complan Medien hatte ich die GPK-Branche in bester Erinnerung, unter dem Namen „Treffpunkt Tisch“ kommunizierten wir mit Medien und Endverbrauchern. Auf der GPK-Branchentagung hatte ich am 30. Mai Gelegenheit, mit meiner jetzigen Passion als Imageberaterin die Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Bedeutung ihres persönlichen Auftritts als entscheidendem Faktor zu sensibilisieren. Ich zeigte Wirkungsweisen auf und gab praktische Tipps. Die Stimmung und das Niveau der Branchentagung haben mich in Leipzig wieder einmal begeistert!“



Erfa-Gruppe D+I in Kopenhagen

Auch außerhalb der Frühjahrs- und Herbsttagungen werden Informationen ausgetauscht und Teilnehmer einer Erfa-Gruppe bei Problemen und Fragestellungen von den übrigen Gruppenmitgliedern unterstützt. So zeigt die langjährige Erfahrung des Handelsverbandes, dass teilnehmende Händler bessere Betriebsergebnisse erwirtschaften als diejenigen, die sich nicht in einer Erfa-Gruppe engagieren.

Die Erfa-Arbeit ist ein effizientes Instrument zur Stärkung mittelständischer Unternehmen.

Sie wurde langjährig mit Mitteln des Bundes gefördert. Dies endete mit dem Jahr 2015. Die Spitzenverbände des Handels, des Handwerks und der Gastronomie hatten sich dafür eingesetzt, diese Zuwendungen zu erhalten. Das Bundeswirtschaftsministerium hat sich letztlich damit durchgesetzt, diese Gelder ausschließlich für die Individualberatung von Unternehmen zu verwenden. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur bedauert diese Entscheidung, seine Bemühungen zum Erhalt der Förderung war letztlich vergebens.

Erfa-Gruppe	Tagungen	Ort	Sprecher/Betreuer
D+I	25.10. – 26.10.2017 28.03. – 29.03.2017 27.09. – 29.09.2016 18.04. – 19.04.2016	Hannover Osnabrück Kopenhagen Berlin	Jürgen Weitz/Hilmar Juckel
G+L	24.09. – 26.09.2017 26.03. – 28.03.2017 19.09. – 20.09.2016 13.03. – 15.03.2016	Solingen Gelsenkirchen-Buer Weinstadt Homburg (Efze)	Heiner Wölfling/N. N.
O	16.10. – 17.10.2017 24.04. – 25.04.2017 04.10. – 05.10.2016 04.04. – 05.04.2016	Eslohe Bad Breisig Solingen Köln	Günther Kierdorf/Gerhard Schneider
P	27.09. – 28.09.2017 21.03. – 22.03.2017 26.09. – 27.09.2016 09.03. – 10.03.2016	Seligenstadt Heimbuchental Erbach (Odenwald) Lohr	Julius Gabel/Gerhard Schneider





beit leistet die Geschäftsstelle, die nah an den Themen ist und aktuell auf Entwicklungen reagieren kann. Gleichfalls erscheint in der Fachzeitschrift „P&G“ die Rubrik „Angemerkt“, in der sich Händler zu Themen äußern, die sie direkt betreffen und über die sie andere in Kenntnis setzen möchten.

Ergänzt wird die Pressearbeit durch den fachverbandsübergreifenden Newsletter „Info Wohnen + Büro“, der an die Geschäftsstellen der Handelsverbandsorganisation zur Weiterleitung an die dort organisierten Unternehmen der Branche geht.

Neben dem im Bitverlag erscheinenden Fachorgan „P&G“ erscheint vier Mal pro Jahr die Kundenzeitschrift „ProGusto“ als Fachgeschäftsmedium zur Kundenbindung. Händler haben die Möglichkeit, sich mit Hinweis auf der Titelseite und optional mit einem eigenen Editorial persönlich an den Kundenkreis zu wenden. Weitere Individualisierungen sind bei entsprechender Teilaufgabe möglich. Hersteller können ihre Marke und Produkte über den Fachhandel dem Endverbraucher präsentieren.

## Medien und Öffentlichkeitsarbeit

Der Dialog mit den Wirtschaftsstufen und allen Partnern der Branche ist eine wichtige Säule der Interessenvertretung des Fachhandels. Der Handelsverband Koch- und Tischkultur profitiert bei dieser Kernaufgabe seiner Arbeit von guten langjährigen Kontakten in der Branche, von partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit der Fachpresse und seiner Mitarbeit in Messe- und HDE-Gremien.

Die wirtschaftliche Lage und die Entwicklung der Branchenumsätze stehen im Zentrum der jährlichen Pressekonferenz, die der Handelsverband Koch- und Tischkultur anlässlich der internationalen Konsumgütermesse „Ambiente“ in Frankfurt am Main veranstaltet. Vorgestellt vom GPK Präsidium erfahren Journalisten der Fachpresse neben den Konjunkturzahlen auch die für das Jahr aktuell geplanten Branchenthemen und Fortschritte der Projekte des Verbandes.

Auch im laufenden Jahr erreicht die Geschäftsstelle eine Vielzahl von Anfragen von Journalistinnen und Journalisten zu Branchenthemen, zu Umsatz- und Unternehmensentwicklungen sowie zu Verbraucherfragen. Hier kann der Handelsverband Informationen zielgruppengerecht aufbereiten zusammenstellen oder aufgrund der guten Vernetzung kompetente Ansprechpartner weitervermitteln.

Ein für die Mitglieder und Interessierten der Branche wichtiges Medium ist die Fachzeitschrift „P&G“. Auf jeweils vier implementierten Seiten „GPK intern“ erreicht der Handelsverband Koch- und Tischkultur mit seinen Verbandsmitteilungen seit 1994 die Fachöffentlichkeit. Hier werden Brennpunkthemen aufgegriffen und der Verband setzt sich kritisch mit Handelsthemen auseinander – immer aus dem Blickwinkel des Fachhandels und seiner Interessen. Die redaktionelle Ar-





## Messen

### ambiente tendence nordstil christmasworld

#### Ambiente und Tendence

Die Frankfurter Messe „Ambiente“ ist für fünf Tage im Februar die nationale und internationale Leitmesse für Neuheiten, Trends sowie Gespräche und Einkaufsverhandlungen und die wichtigste Orderplattform der Branche. Vom 10. bis zum 14. Februar 2017 war der Handelsverband Koch- und Tischkultur mit einem Messestand im Eingang zu Halle 4.0 vertreten. Dort informierten die Referentin und der Geschäftsführer Mitgliedsunternehmen der Handelsorganisation und standen Messebesuchern Rede und Antwort. Die Präsidiumsmitglieder und der Geschäftsführer führten zahlreiche Gespräche auf den Ständen der Lieferanten. Für die Jahrespressekonferenz am 10. Februar 2017 bot die Messe wieder den geeigneten Rahmen.

Die Herbstmesse „Tendence“ 27. bis 30. August 2016 fand mit den Koppelveranstaltungen „Webchance“ und „Ecostyle“ statt. Ab 2017 starten die Sommermessen der Branche mit der „Tendence“, die vom 24. bis zum 27. Juli 2017 stattfand. Die Zahl der Aussteller stieg

um 20 Prozent, entsprechend die Ausstellungsfläche, während die Zahl der Fachbesucher um zehn Prozent gesunken war. In den kommenden Jahren wird damit gerechnet, dass die Besucherzahl kontinuierlich steigen wird.

#### Regionalmessen

Die Regionalmesse „Nordstil“ hat sich etabliert. Gemeinsam mit einem aus Ausstellern und dem Handelsverband zusammengesetzten Arbeitskreis werden jährliche Strukturpassungen beschlossen und umgesetzt.

Die NRW-Ordermesse „Vivanti“ mit der Leipziger Messegesellschaft als Veranstalter hat in Dortmund nun Fuß gefasst. Es ist gelungen, die Ausstellerzahl zu steigern. Unterstützt wird der Veranstalter durch die Messe Frankfurt, die ihre bei der „Nordstil“ gemachten Erfahrungen einbringt. Damit hat die „Vivanti“ das Potential, sich dauerhaft als westdeutsche Ordermesse zu etablieren.

Die „Trendset“ in München ist schon lange die größte Veranstaltung unter den Regionalmessen. Das hindert sie jedoch nicht daran, sich immer wieder zu erneuern, weitere Themen aufzugreifen.

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur lädt alle Veranstalter sowie EK/Servicegroup jährlich zur Koordination der Messetermine ein. Dies betraf insbesondere die Abstimmung der „Tendence“ auf den Frühsommer und die Forderung, die Termine soweit zu strecken, dass Ausstellern mit nur einem Standbau bzw. nur einer Kollektion die Möglichkeit gegeben wird, an allen Messen teilzunehmen.



## GPK Branchentagung in Leipzig

Es war ein intensives, vielseitiges und stimmungsvolles Branchentreffen, das von den Besuchern Bestnoten bekam: Die GPK-Branchentagung unter dem Motto „Die GPK-Branche – Neu gedacht“ bot wieder ein breites Spektrum von Themen und Teilnehmern. Durchschnittlich mit Schulnote 1,9 für die Vorträge der Referenten, 1,3 für die Organisation und mit 98 Prozent Zufriedenheit für den Branchenabend war es damit eine der bestbewerteten Branchentagungen überhaupt.

Die Tagung in der Leipziger Kongresshalle am Zoo war das inzwischen 22. Treffen dieser Art. Alle zwei Jahre treffen sich auf Einladung des Handelsverband Koch- und Tischkultur Händler, Hersteller, Fachjournalisten und Interessierte der GPK-Branche an wechselnden Orten und mit den Themen, die die Branche aktuell bewegen - die Berichterstattung der Fachpresse stellte es heraus: Es ist das einzige Treffen, auf dem Vertreter der gesamten Branche zusammenkommen.



Foto: Eventfotografie Schneider

Am Vorabend hatte die Leipziger Messe zu einem Begrüßungsabend in das Restaurant „Barfusz“ eingeladen. Mitten im Szeneviertel der Innenstadt gelegen und noch spät abends bei über 20 Grad bot die Veranstaltung beste Gelegenheit, sich zu begrüßen, wiederzusehen



Foto: Eventfotografie Schneider





Foto: Eventfotografie Schneider

oder kennenzulernen und einzustimmen auf zwei bevorstehende intensive Tage. So passte es gut, dass am folgenden Morgen Martin Buhl-Wagner als Geschäftsführer der Leipziger Messe die Begrüßung übernahm und die 160 Teilnehmer in seiner Stadt willkommen hieß.

Als Keynote Speaker übernahm Professor Erik Maier anstelle von Prof. Dr. Andreas Pinkwart, damals Rektor der Handelshochschule Leipzig und heute NRW-Wirtschaftsminister, die Bühne. Sein Thema „Handel in Zeiten des digitalen Wandels“ zeigte zum Auftakt, wie der Onlinehandel zukünftig langsamer wachsen, die Flächenproduktivität des stationären Handels dabei stagnieren wird und sich zugleich die Entscheidungsgründe für Kauf in Online- oder Offlinehandel ergänzen. Die Käufer und auch Suchmaschinen werden schlussendlich in Zukunft noch stärker Einfluss auf den Markt neh-

men: eine Chance für die Fachhändler, ihre Stärken wie Kundenzugang und Expertise noch intensiver einzusetzen.



Foto: Eventfotografie Schneider

Das Wort übernahm die Präsidentin des Handelsverbandes Christina van Dorp. Ihr Appell richtete sich an alle Wirtschaftsstufen, Verantwortung zu übernehmen dafür, dass man gemeinsam erfolgreicher agieren kann. Markenhersteller müssten flexibler



**Martin Buhl-Wagner  
Geschäftsführer, Leipziger Messe GmbH**

„Als Leipziger Messe führen wir Kongresse und Messen in dieser attraktiven Stadt Sachsens durch und stehen Gastveranstaltern als professioneller Partner zur Seite. Mit den Messen CADEAUX und vivanti sind wir ein fester Bestandteil der Living-Branche. So war es für uns folgerichtig, die GPK-Branchentagung 2017 für Leipzig zu begeistern. Wir freuen uns, dass sich der Handelsverband Koch- und Tischkultur für Leipzig und unsere frisch restaurierte Kongresshalle am Zoo entschieden hat. Gern habe ich die Tagung eröffnet, gern haben meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihren Teil zum Gelingen dieser großartigen Tagung beigetragen.“



Foto: Eventfotografie Schneider

auf Händler zugehen können, Händler müssten sich aber beispielsweise mit der Einführung einer artikelgenauen digitalen Warenwirtschaft den Herausforderungen stellen. Ihre Forderungen richtete van Dorp auch an die Kommunalpolitik, deren Augenmerk sich noch stärker darauf richten sollte, die Innenstädte kundenfreundlich zu gestalten.

Der Vormittag war schwerpunktmäßig dem Thema Multichannel gewidmet. Susanne Sorg (EK/Servicegroup), Bernard Homann (Homann Dülmen), Sheila Rietscher und Mario Melle (Kahla und Constancy) gaben interessante Denkanstöße und Impulse. Mit einem Podiumsgespräch zum Thema Vertriebsweg schloss der Vormittag.

Am Nachmittag wurde den Praktikern Raum gegeben: „Vier Handelsunternehmen, vier Sichtweisen“ so lautete der Titel des Best Practice Themenblocks, der von den Teilnehmern großes Lob bekam. Tatjana Steinbrenner, Dr. Kerstin Schulte-Eckel, Jörg Seewald und Ehepaar Engelhardt erzählten ganz individuell, wie sie ihre Unternehmen auf Erfolgskurs gebracht haben.

Im Anschluss daran hatte Gunter Engelmann-Merkel eine spannende Exkursion durch die Leipziger Einzelhandelslandschaft organisiert, deren Abschluss ein beeindruckendes Orgelkonzert in der Nikolaikirche bildete.



Beide Fotos: Eventfotografie Schneider





## HBS Präsidium



**HBS**  
Handelsverband  
Büro und Schreibkultur



**Präsident**  
**Michael Ruhnau**  
Herbert König Bürotechnik KG, Friedberg



**Vizepräsidentin**  
**Carla Gundlach**  
bi-markt Büro & Ideen, Osnabrück



**Ingo Dewitz**  
Büroring eG, Haan



**Dr. Benedikt Erdmann**  
Soennecken eG, Overath



**Kirsten Haller**  
Büro-Bedarf-Balke GmbH, Oststeinbek



**Georg Holl**  
Bürobedarf Hänsel GmbH & Co. KG, Köln



**Michael Purper**  
Prisma Fachhandels AG, Haan



**Ehrenpräsident Ulf Ohlmer**  
Wilh. F. Kassebeer GmbH & Co. KG,  
Northeim



**Birgit Lessak**  
Birgit Lessak e.K., Berlin



**Martin Kunow**  
PBS Deutschland Dienstleistungs GmbH,  
Lehrte/Ahlten



**Ehrenpräsident Armin Schröter**  
Schröter Bürobedarf und  
EDV-Zubehör GmbH, Tönisvorst

Ehrenpräsident  
Günther Bierbrauer  
Stuttgart



## HBS – Highlights der Branche

### Fachberater PBS – erfolgreich in die Zukunft

Nach dem umfangreichen Kursrelaunch im Jahr 2016 begrüßte der Verband die 17 Teilnehmer erstmals in den Räumen der Kölner Möbelfachschule zusammen mit der Lehrangangsleiterin Martina Kobabe. Am 07. Oktober 2016 erhielten alle Absolventen des Kurses 2014/15 auf der Messe „Insights-X“ im Rahmen der Arbeitstagung des forum bürowirtschaft ihre Urkunden und Zeugnisse. Im November endete mit dem Lehrgang 2015/16 der bereits sechste Kurs mit der feierlichen Übergabe der Zertifikate auf der „Paperworld“ am 29. Januar 2017. Insgesamt 15 Markenhersteller und drei Verbundgruppen unterstützen das für Deutschland einmalige Lehrgangsangebot in Form von Partnerschaften.

Seit 2017 können die Teilnehmern den Kurs in nur elf statt bisher in 18 Monaten absolvieren. Der Kurs läuft nun immer von Januar bis November. Die Zahl der Präsenztage inklusive EDV-Einführung wurde von fünf auf vier reduziert. Die Kurse finden generell in der Fachschule des Möbelhandels, Köln, statt, wo sich auch die Geschäftsstelle des HBS befindet.

Die Übergabe der Zertifikate für den aktuellen Kurs erfolgt auf der „Paperworld“ 2018 in Frankfurt

### Zukunftsworkshop Industrie und Handel

Am 16. September 2015 startete auf Gut Höhne bei Mettmann ein von Dr. Wilhelm Höltmann moderierter Workshop-Zyklus mit Managern aus Industrie und Handel. Drei Schwerpunktthemen wurden erörtert: Wie entwickelt sich die Büroarbeit in den kommenden Jahren, welche Konsequenzen hat dies für die Nachfrage nach Bürobedarf und Gebrauchsgütern der Bürowirtschaft? Und wie wird künftig gelernt, mit welchen Medien und welche Konsequenzen hat es für die Nachfrage nach Schulbedarf?

Die gemeinsame Arbeit, getragen vom Handelsverband Büro und Schreibkultur und dem Verband der PBS-Markenindustrie, wird im September 2016 mit einem Workshop in Düsseldorf fortgesetzt. Die erarbeiteten Erkenntnisse sollen auf einer Arbeitstagung des forum bürowirtschaft im Jahr 2017 der Branchenöffentlichkeit vorgestellt werden.



### Markus Weber

#### Geschäftsführer dokuworks GmbH, Siegen

„Das Thema Personal geht uns alle an - mich als Geschäftsführer eingeschlossen. Denn erst zufriedene Mitarbeiter machen ein Unternehmen erfolgreich. Schon früh haben wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern attraktive Lösungen für beide Seiten entwickelt, von flexiblen Arbeitszeiten bis hin zur Einrichtung von Homeoffice-Plätzen. Eine besondere Herausforderung sind dabei die unterschiedlichen Vorstellungen der alten und neuen Generation. Das Angebot, von meinen Erfahrungen auf der Tagung des Forum Bürowirtschaft in Nürnberg zu berichten, habe ich sehr gerne angenommen. Mein Fazit: So unterschiedlich die Generationen auch sein mögen, ein gemeinsam konzipierter Weg wird akzeptiert, attraktive Arbeitsplätze stehen für alle an erster Stelle.“

### Büroeinrichter und Büroplaner

Vom 25. bis 29. Oktober 2016 fand auf dem Kölner Messegelände die „ORGATEC“ als internationale Leitmesse für Ausstattung und Einrichtung von Büro und Objekt statt. Im Zweijahres-Turnus treffen sich nationale und internationale Hersteller mit Büro- und Objekteinrichtungs-Fachhändlern und ihren Kunden, mit Planern, Architekten und Innenarchitekten sowie Facility-Managern und den Einrichtungsexperten von Großunternehmen. Der HBS war, wie immer schon auf der „ORGATEC“, mit einem Informationsstand vertreten.

Im November 2015, also im Jahr ohne diese Messe, fand unter erneuter Beteiligung des HBS die inzwischen vierte Auflage des Symposiums „Büro.Raum.Trends“ der Kölnmesse statt. Im Jahr 2016 wurde traditionell kein Symposium ausgerichtet, da die Messe selber ausreichend Raum für verschiedene Vortrags- und Kongressforen bietet und die Büroeinrichter während ihres Messebesuches in Köln mit zusätzlichen Informationen und neuen Aspekten der Büroraumplanung inspiriert.

### forum bürowirtschaft

Auf der diesjährigen Fachmesse „Insights-X“ fand am 07. Oktober 2017 erneut eine Kompakttagung des „forum bürowirtschaft“ statt. Sie befasste sich diesmal mit dem Thema Personal und Führung. Unter dem Titel „Attraktiv für Generation Y & Co.“ informierte Buchautorin und Publizistin Anne Sengpiel die



Arbeitskreis-PBS-Exkursion zu Lamy

Zuhörer über die unterschiedlichen Aspekte und Wünsche der neuen Generationen, die in der Berufswelt Fuß gefasst haben oder künftig einsteigen werden.

Anschließend berichtete Markus Weber, Dokuworks GmbH in Siegen, über die tägliche Praxis im Miteinander der neuen und alten Generation und gab Tipps, wie die unterschiedlichen Vorstellungen und Wünsche beider Generationen angesprochen werden können. So unterschiedlich auch beide sind, so haben sie eines gemeinsam: Zufriedenheit am Arbeitsplatz. Dass dabei nicht nur monetäre Aspekte eine Rolle spielen, zeigte Weber anhand einiger Best Practice Beispiele.



Zertifikatsübergabe an die neuen Fachberater

## Aufgaben und Leitbild

### Mission des HBS

Der HBS ist der übergreifende Verband der Bürowirtschaft und arbeitet für alle Handelsunternehmen und relevanten Handelsorganisationen der Branche.

Er vertritt in dieser Eigenschaft als Sprachrohr der Branche die Interessen seiner Mitglieder bei der Politik, der Industrie, bei Verbänden und Messen und sorgt damit für eine positive Wahrnehmung der Branche in der Öffentlichkeit.

Der HBS kämpft darüber hinaus für geeignete Rahmenbedingungen, damit seine Fachhandelsunternehmer zufrieden und wirtschaftlich erfolgreich arbeiten können. Der Nutzen der Mitglieder ist dabei Maßstab seines Handelns.

Der HBS ist zugleich ein offenes Forum, in dem die Branchenteilnehmer ihre gemeinsamen Anliegen einbringen und diese einer Thematisierung zuführen. Der HBS betreibt hierzu ein aktives Netzwerkmanagement zwischen seinen Mitgliedern untereinander sowie mit dem HDE und mit Dritten.

### Ziele des HBS

Alle relevanten Marktteilnehmer aus dem Handel sind direkte Mitglieder des HBS oder ihres Einzelhandelsverbands und tragen diesen über eine aktive Mitarbeit.

Er informiert regelmäßig und zeitnah über die für seine Mitglieder richtungsweisenden und maßgebenden Themen und unterstützt aktiv meinungsbildende Prozesse.

Der HBS vermittelt seine Tätigkeit und Ergebnisse auf der Basis einer professionellen Öffentlichkeitsarbeit und eines professionellen Marketings.

Der HBS entwickelt kundenorientierte Branchen-Dienstleistungen für seine Mitglieder und vermarktet diese an seine Mitglieder.

Das forum bürowirtschaft, die HBS-Arbeitsgemeinschaft Industrie und Handel, unterstützt die Wirtschaftsstufen übergreifende Kooperation zwischen Herstellern sowie Handels- und Dienstleistungsunternehmen der Bürowirtschaft und gibt dem nationalen Markt der Bürowirtschaft Impulse.

### Schwerpunkte der Aufgaben und Ziele des forum bürowirtschaft sind:

- » Intensivierung und Verbesserung des Informationsaustausches zwischen den Absatzmittlern
- » Dialogplattform für alle Marktteilnehmer
- » Koordinierung von Gemeinschaftsaufgaben für alle Produkt- und Dienstleistungsbereiche der Bürowirtschaft
- » Durchführung von Unternehmertagungen

### Träger der Goldenen HBS-Ehrennadel für besondere Dienste um den bürowirtschaftlichen Fachhandel:

- » Günther Bierbrauer, Stuttgart, 1985
- » Dr. Dieter Flothmann, Essen, 1985
- » Heribert Keller, Ratingen, 1986
- » Werner Flath, Bergisch-Gladbach, 1988
- » Walter Messerknecht, Bremen, 1991
- » Helmut Schmalfuß, Köln, 1993
- » Armin Schröter, Krefeld, 1996

## Institutionen und Gremien

### Arbeitskreis PBS

Pro Jahr finden unter der Leitung von HBS-Vizepräsidentin Carla Gundlach zwei Sitzungen und eine Exkursion des Arbeitskreis PBS statt. Vorteil der Teilnehmer des Arbeitskreises ist der schnellere Informationszugang und der persönliche Austausch. Der Arbeitskreis sieht sich als Impulsgeber für Branchenaktivitäten und gestaltet für den Handel zukunftsfähige Konzepte. Daher tagt der Arbeitskreis regelmäßig dort, wo Innovation und die Zukunft des Handels stattfindet. Neben neuen und innovativen Vertriebs- und Einzelhandelskonzepten oder dem Fachberaterkurs befasst sich der Arbeitskreis mit Branchenprojekten unter anderem dem Schreibwarenzeichen.

### Ausschuss forum bürowirtschaft

Das forum bürowirtschaft, die HBS-Arbeitsgemeinschaft Industrie und Handel, unterstützt die Wirtschaftsstufen übergreifende Kooperation zwischen Herstellern sowie Handels- und Dienstleistungsunternehmen der Bürowirtschaft und gibt dem nationalen Markt der Bürowirtschaft Impulse. Der Ausschuss forum bürowirtschaft steuert die Aktivitäten der Arbeitsgemeinschaft. Neue Ausschuss-Mitglieder werden einvernehmlich vom Gremium berufen.

### Schwerpunkte der Aufgaben und Ziele des forum bürowirtschaft sind:

- » Intensivierung und Verbesserung des Informationsaustausches zwischen den Absatzmittlern
- » Dialogplattform für alle Marktteilnehmer
- » Koordinierung von Gemeinschaftsaufgaben für alle Produkt- und Dienstleistungsbereiche der Bürowirtschaft
- » Durchführung von Unternehmertagungen

Wichtige Markenfirmen der PBS-Branche und viele Berater und Dienstleister sind Mitglied im forum bürowirtschaft. Die Mitglieder der HBS-Landesverbände sind durch die Mitgliedschaft in ihrer Landesfachorganisation gleichzeitig Mitglied des forum bürowirtschaft.



### Das Deutsche Netzwerk Büro

Der HBS ist Gründungsmitglied des Deutschen Netzwerk Büro e.V. (DNB). Die ca. 54 Mitglieder des Netzwerks umfassen einzelne Berater und Unternehmen bis hin zum Arbeits- und Sozialministerium. Der HBS nutzt die Kontakte intensiv für seine Arbeit in der Büroeinrichtersparte. Der von allen Netzwerkpartnern gemeinsam erarbeitete „Check Gute Büroarbeit“ ist ein erstklassiges Marketing-Werkzeug, weil er die umfassendste Sammlung an „Bürowissen“ darstellt, die in einfachen Fragen und Beispielen formuliert wurde.

### EDV-Ausschuss beim Industrieverband iba

Seit einigen Jahren ist der HBS Mitglied des EDV-Ausschuss beim „Industrieverband iba“ (Industrieverband Büro und Arbeitswelt e.V.) in Wiesbaden. Er vertritt dort die Interessen des Handels bei der Weiterentwicklung der OFML-Daten (Office Furniture Modelling Language) sowie den hieraus resultierenden Anwendungen im Bereich der Einrichtungsplanung, des Angebotswesens, der 3D-Visualisierungen sowie der Warenwirtschaftsprozesse.



## Fördermitglieder HBS und forum bürowirtschaft



adveo



**BFL**<sup>®</sup>  
DIE IT-FINANZIERER



**boss**  
BÜRO-ARBEITSMATERIAL



**BÜRORING**



EasternGraphics  
visualize your business



**EK**/servicegroup

**3M**

**DURABLE**  
THE STYLE OF SUCCESS

**FABER-CASTELL**  
since 1761

**HSM**<sup>®</sup>

koelnmesse  
die energie von morgen

**KÖNIG + NEURATH**  
www.koenig-neurath.de

**Fellowes**

**FILOFAX**



**Kores**<sup>®</sup>

**MONT BLANC**

**KYOCERA**

**LAMY**

messe frankfurt

**Newell Rubbermaid**  
Brands That Matter.

**PAGNA**

**Schneider**

**Pelikan**

**PBS** network

**PRISMA**  
FACHGESCHÄFTE FÜR SCHREIBEN & SCHENKEN

**SIGNAL IDUNA**

**Soennecken**  
KRAFT GEMEINSAMEN HANDELNS

**spielwarenmesse**<sup>®</sup>

**STABILO**

**STAEDTLER**

**tesa**

**THS**  
Technik | Handel | Service

**UHU**<sup>®</sup>

wegscheider  
office solution  
einfach überzeugend

## Tätigkeiten und Projekte

### Zeichen setzen - Qualität und Auswahl stehen im Mittelpunkt

Das Schreibwarenzeichen steht für Sortimentskompetenz und ist das Logo der Branche. Seit der Idee des Verbandes der PBS-Markenindustrie, des damaligen Großhandelsverbandes GVS und des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur vor zehn Jahren, ein Branchenlogo zu entwickeln, haben sich knapp 850 Fachgeschäfte für das Logo entschieden. Damit kennzeichnen sie, dass sie zum qualifizierten Fachhandel zählen. Das Logo zeigt dem Kunden, dass es hier ein umfangreiches Markenangebot von Schreibwaren und anderen PBS-Produkten gibt. Seit 2013 wird das Schreibwarenzeichen auch in Österreich verwendet. Das Zeichen ist urheberrechtlich geschützt. Das Recht zur Nutzung wird vom HBS per Nutzungsgenehmigung erteilt. Die Nutzung durch den Händler ist kostenfrei. Im Jahr 2017 wurde das Zeichen durch eine Presse- und Medienkampagne noch einmal in die Öffentlichkeit getragen. Büroring und Prisma unterstützten die Kampagne durch zusätzliche Maßnahmen.

### Einblicke in moderne Handelslandschaften

Berlin nimmt in Bezug auf Handelskonzepte Fahrt auf. So reiste der HBS-Arbeitskreis PBS

am 16. August 2016 zu einem Store-Check in die Hauptstadt. Erste Anlaufstelle war zunächst Roy Schulz mit dem gleichnamigen Streckenhandel für PBS und vielfältige weitere Bedarfsprodukte für Büros. Am zweiten Tag besuchte der Arbeitskreis das Einkaufszentrum Bikini Berlin. Das denkmalgeschützte Gebäude aus den 1950er Jahren beherbergt auf drei Etagen neue und innovative Handelskonzepte für Technik und Mode und pflegt die Kultur der „Pop-up-Stores“. So bleibt man individuell und unverwechselbar, was auch auf das dort integrierte „25hours“-Hotel zutrifft. Anschließend ging es weiter zur Markthalle 9 im Alternativbezirk Berlin-Kreuzberg mit seiner interessanten Mischung kleiner Händler, die faire, ökologisch und regional erzeugte Produkte anbieten. Mit regelmäßigen Events erhöht die Markthalle ihren Bekanntheitsgrad. Anschließend besuchten die Teilnehmer den Overkill Store, der auf 200 Quadratmetern Sneaker und Streetwear im exklusiven Boutique Flair präsentiert und innerhalb kurzer Zeit internationalen Kultstatus erreicht hat.

Da sich der Arbeitskreis mit branchenrelevanten Fragestellungen und zukunftsfähigen Konzepten beschäftigt, besuchte er am 09. Februar 2017 das Kölner Traditionsfach-

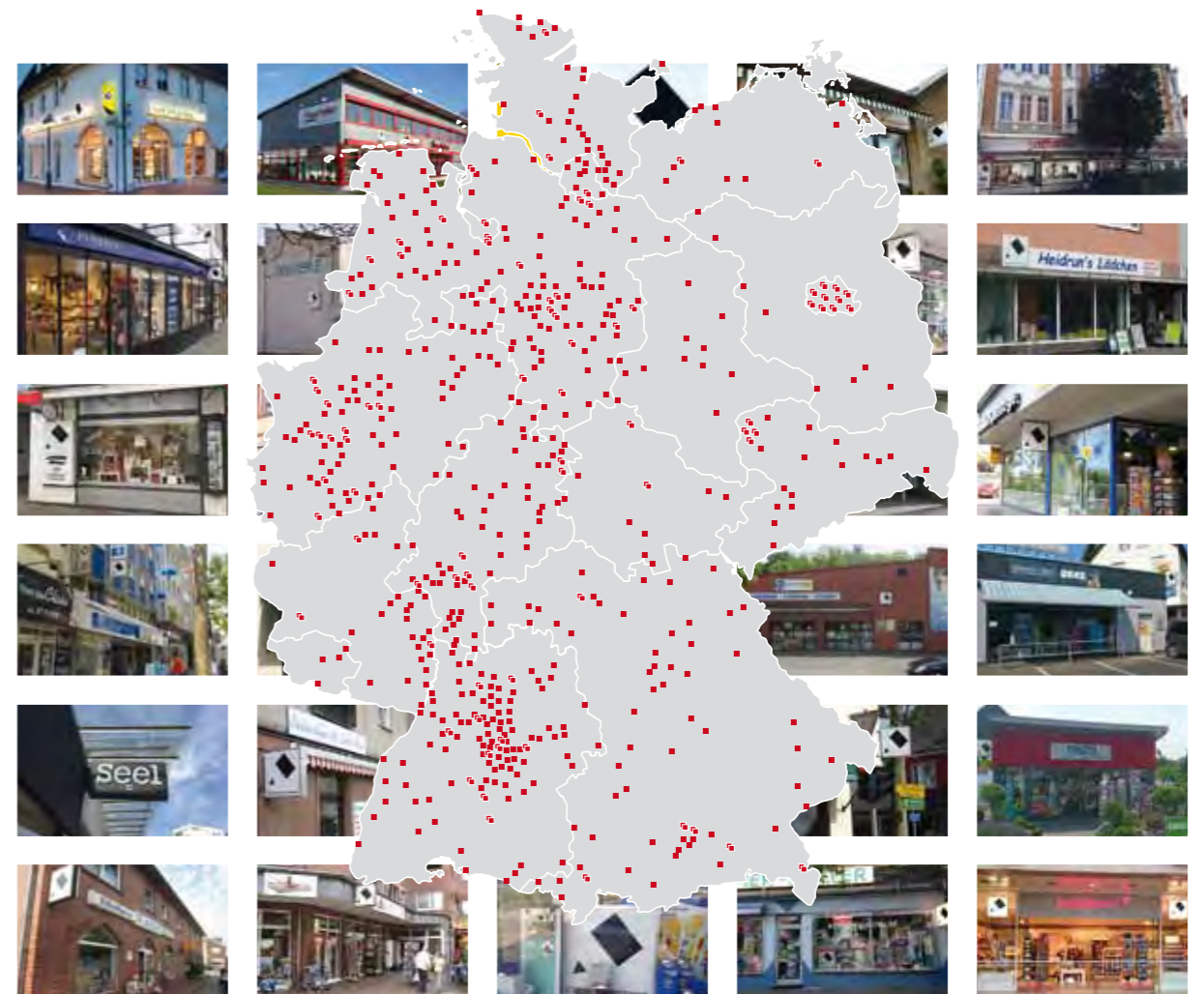


**Michael Purper**  
Geschäftsführer Prisma Fachhandels AG, Haan

„Seit der Idee und dem Entwurf eines Zeichens als Wegweiser für Kunden hin zu hochwertigen Produkten sind jetzt sieben Jahre vergangen. Eine Zeit ohne das Zeichen kann ich mir gar nicht mehr vorstellen, so etabliert ist das Signet in der Branche. Es ist das Erkennungszeichen auf Tagungen oder auf unserem Messestand in Frankfurt. Erklären muss man es kaum noch. Die weitreichende Bedeutung für den Facheinzelhandel ist enorm. Neben der Zugehörigkeit zu bestimmten Werten weist der Schreibwarenzeicheninhaber seine Sortimentskompetenz gegenüber seinen Kunden und Wettbewerbern aus. Allen voran den reinen Onlinehändlern, denen der Fachhandel im Bereich der Service- und Produktkompetenz klar überlegen ist. Auch dafür steht das Zeichen.“



**DAS ‚SCHREIBWARENZEICHEN‘**  
DAMIT DIE BRANCHE SICHTBAR WIRD



geschäft Ortloff. Hier besichtigten die Teilnehmer das modern gestaltete und nach den neuesten Category Management-Prinzipien gestaltete Untergeschoss und erhielten einen Einblick in die anstehenden Umbaumaßnahmen für das Erdgeschoss. Margot Becker, bei Soennecken für die Ladengeschäfte und damit auch für Ortloff als Pilotgeschäft verantwortlich, führte kompetent durch das Geschäft.

Im Juni 2017 besuchte der Arbeitskreis PBS den Markenhersteller Lamy in Heidelberg,

wo neben einer Arbeitskreissitzung eine Werksbesichtigung auf dem Programm stand.

Im Anschluss fand eine Diskussionsrunde mit der Marketingleitung statt, in der es beispielsweise um die Zukunft des Facheinzelhandels und des „Schreiben Lernens“, die Sortimentsveränderungen sowie den Onlinehandel ging.

Anschließend besuchten die Teilnehmer den Lamy Flagship-Store in der Heidelberger Altstadt.



## Messen



### ORGATEC

Die „ORGATEC“ als weltgrößte Messe für moderne Arbeitswelten findet alle zwei Jahre in Köln statt und zeigt die relevanten Aspekte der Büro- und Objekteinrichtung von der Planung über die Ausstattung bis hin zum Betrieb und Management. Akustik, Licht, Boden und Medientechnik sind integrale Bestandteile, die über 600 Aussteller den 50.000 Fachbesuchern präsentieren. Zum Besucherspektrum gehören Gründer, Entscheider aus dem Mittelstand, Führungskräfte aus den Bereichen Einkauf und Konzernmitarbeiter. Die letzte „ORGATEC“ fand vom 25. bis 29. Oktober 2016 statt. Im Rahmenprogramm diskutierten Experten



Insights 

die neue PBS-EXPO

paperworld  
creativeworld



über aktuelle Trends und präsentierten Best Practice-Beispiele, unter anderem zu Themen wie „Demografischer Wandel im Büro“, „Change Management“ oder „Gamification“. Nach der gelungenen Erstveranstaltung im Jahr 2014 veranstaltete das DGB-Bildungswerk NRW mit den Kooperationspartnern Deutsches Netzwerk Büro (DNB), Basi, TBS NRW und Koelnmesse erneut einen Thementag am 25. Oktober 2016 für Betriebsräte, Personalräte und Schwerbehinderten-Vertrauenspersonen mit interessanten Fachvorträgen und Gelegenheit zum Erfahrungs- und Ideenaustausch.

### CeBIT

Die „CeBIT“ ist mit rund 3.000 Ausstellern aus 70 Ländern und mehr als 200.000 Besuchern die Leitmesse für Informationstechnik. Im Jahr 2018 wird es ein völlig neues „CeBIT“-Konzept geben. Die Messeveranstaltung wird erstmals im Sommer stattfinden. Die Neuausrichtung verbindet bekannte Messe-Elemente mit Konferenz-Formaten, Netzwerk-Plattformen und kreativen Festival-Elementen. Das Element „d!conomy“ soll Raum für die Digitalisierung von Unternehmen und Verwaltung schaffen, „d!tec“ wirft einen Blick in die digitale Zukunft innovativer Technologien und „d!talk“ als drittes Element bietet Raum für

den wirtschaftlichen, politischen sowie gesellschaftlichen Diskurs. Das Herz der Messe ist aber der „d!campus“ unter dem Expo-Dach. Hier treffen Digitalisierung und Kultur aufeinander und schaffen einen Rahmen für Networking und Interaktion bis in die Abendstunden. Der HBS führt schon seit Jahren Tagungsformate auf der „CeBIT“ durch.

### paperworld und creativeworld

Die „paperworld“ und „creativeworld“ sind Parallelveranstaltungen der Messe Frankfurt. Die Paperworld als internationale Leitmesse für Papier, Büro- und Schulbedarf fand vom 28. bis 31. Januar 2017 mit 1.520 Ausstellern aus 58 Ländern statt. Die 33.600 Fachbesucher informierten sich über eine Fülle an Neuheiten aus den Bereichen Papier, Büro- und Schulbedarf sowie Schreibwaren. Darüber hinaus waren Geschenkartikel, Grußkarten und das gesamte Kreativsortiment vertreten. Einige führende deutsche Hersteller setzen in geraden Jahren mit ihrer Beteiligung aus. Ergänzt werden die beiden Branchenmessen durch die parallele, sogar einen Tag früher beginnende Messe „christmasworld“ mit ihren Saisonartikeln zu festlichen Anlässen sowie die erstmals durchgeführte Fachmesse „floradecora“ für Floristen und die Gartenbranche.

Der Handelsverband Büro und Schreibkultur ist seit vielen Jahren mit einem Informationsstand vertreten, seit 2015 auf dem gemeinsamen „Händlertreff“ von HBS, Büroring, Prisma und InterES mit einem Fachhändlerempfang am Sonntagabend. Auf der „paperworld“ führt der HBS seine Jahrespressekonferenz durch, zu der



regelmäßig die Fachjournalisten kommen. Auch die Zertifikatsübergabe an die Lehrgangsteilnehmer des Fachberaterkurses ist fester Programmpunkt auf der „paperworld“.

### Insights-X

Auf ihrer Zweitveranstaltung vom 6. bis 9. Oktober 2016 konnte die Messe ihre Aussteller- und Besucherzahlen steigern. 268 Aussteller aus 33 Ländern waren in Nürnberg vertreten. Erstmals erstreckte sich die Messe bis in die Halle 3, wo sich 5.100 Besucher aus 89 Ländern über Produkte aus dem PBS-Bereich informierten. Der HBS ist Partner des Workshop- und Vortragsprogramms und führte als forum bürowirtschaft am 7. Oktober 2016 eine Kompakttagung zum Thema Personal und Führung durch. Messeveranstalter ist die Spielwarenmesse eG.



## Qualifikation und Ausbildung



### Fachberater PBS – praxisorientierter Wissensvorsprung

Der Fachhandel ist gegenüber dem reinen Onlinehandel im Bereich Beratung und Serviceleistung sowie der After Sales-Betreuung im stationären Geschäft im Vorteil. Gute Vertriebsmitarbeiter sind Problemerkennner, Berater und Übersetzer von Kundenwünschen. Dabei ist produktspezifisches Wissen die Basis für den Verkaufserfolg. Genau das bildet der Lehrgang zum Zertifizierten Fachberater PBS ab: Produktwissen gepaart mit methodischer Kompetenz im Hinblick auf das

Verkaufen von PBS-Produkten. Dabei werden die unterschiedlichen Vorgehensweisen und Systematiken des Einzel-, Strecken- und Großhandels berücksichtigt.



Der vom HBS initiierte Lehrgang ist einmalig in Deutschland und wird von zahlreichen Industriepartnern und Verbundgruppen unterstützt. Das Kurskonzept kommt aus der Schweiz und wurde den hiesigen Marktbedingungen



### Peter Oberländer Geschäftsführer Matthes GmbH, Maintal

„Umfassende Service- und Beratungsleistungen verlangen nach gut qualifizierten Mitarbeitern. Auch wir bei der Matthes GmbH legen viel Wert auf eine persönliche Beratung. Da liegt es nahe, dass wir das Kursangebot zum Zertifizierten Fachberater PBS genutzt haben. Unsere Mitarbeiter/-innen können jetzt zu allen PBS-Bereichen eine qualifizierte Beratung anbieten. Während der berufsbegleitenden Schulung wurde eine ausführliche Warenkundeausbildung absolviert. Denn eines ist klar: ein kompetenter Kundenservice hat uns groß gemacht und dies bleibt immer eine unserer Kernkompetenzen. Insofern planen wir auch für die Zukunft, weitere Mitarbeiter/-innen zum Zertifizierten Fachberater PBS ausbilden zu lassen.“

angepasst. Während die Qualifikation in der Schweiz fester Bestandteil der staatlichen Ausbildung zum Detailkaufmann ist, musste der Kurs vom HBS an die Besonderheiten der Erwachsenenbildung angepasst werden. Regelmäßig wird der Kurs an die neuesten Entwicklungen und Marktgegebenheiten angeglichen.

Der bei der staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) registrierte Lehrgang kombiniert das Online-Lernen mit einem Einführungstag und vier Präsenztagen, wo das zuvor gelernte Wissen praktisch ergänzt und verkaufsrelevant vertieft wird. Durch die Online-Lernplattform können die Mitarbeiter zeit- und ortsflexibel auf die Inhalte zugreifen. Die wöchentliche Lernzeit erfolgt entweder im Unternehmen oder zu Hause. Am Ende des elfmonatigen Kurses überzeugen die Mitarbeiter mit Produktwissen und einem souveränen Verkaufsauftritt.

Der Lehrgang eignet sich für Neu- und Wiedereinsteiger, Auszubildende, leitende Angestellte, Teamleiter sowie Innen- und Außendienst von Industrie, Handel und Großhandel. Da der Kurs nachhaltig die Beratungsqualität im Handel sowie den Nachwuchs an Fachkräften sichert, unterstützen insbesondere Büroring, Casio, Durable, Edding, Ergobag, Faber-Castell, Legamaster, Lamy, Pelikan, Prisma, Soennecken, Staedtler, Stabilo, Staufen, Step by Step, Tesa und Veloflex das Lehrgangskonzept.

### PBS-Warenkunde

Angewandte Warenkunde bietet das Handbuch vom Verband Schweizer Papeterien (VSP). Ende 2016 umfangreich überarbeitet, dient die 11. Auflage mit ihren zahlreichen Abbildungen und Praxisbeispielen als umfassendes Nachschlagewerk für anzulernende Kräfte, Verkaufsberater und Servicemitarbeiter, für den internen Unterricht, zur Prüfungsvorbereitung von Auszubildenden sowie als kursbegleitendes Handbuch für den Lehrgang zum Fachberater PBS. Übersichtlich in Breite und Tiefe der Sortimente gegliedert und angepasst an die wesentlichen Inhalte des deutschen PBS-Sortiments, bietet es auf 600 Seiten neuestes Fachwissen auf hohem Niveau. Zur Leseprobe stehen einzelne Kapitel als PDF-Datei auf der HBS-Homepage. In Deutschland ist das PBS-Warenkunde-Handbuch exklusiv über den HBS erhältlich.

Im praktischen Ringbuch beträgt der Preis 120 Euro zzgl. MwSt. und Versand.

### Quality Office

Seit 2011 ist der HBS Mitherausgeber des Qualitätssiegels „Quality Office“ (Homepage: [www.quality-office.org](http://www.quality-office.org)). Dieses Siegel bürgt seit 2006 für hohe Qualität bei Büromöbeln und wird zunehmend bei Ausschreibungen als Qualitätskriterium gefordert. Seit 2011 können sich auch Fachberater (Consultant) und Handelsunternehmen (Certified) um das Siegel bewerben. Im Juni 2017 gibt es 260 „Consultants“ und 23 „Certified“ Handelsunternehmen. Der HBS ist Mitglied im „Competence Team Beraterqualifikation“, das die Prüfungsbedingungen für die Fachberater festlegt. Die Geschäftsstelle des Quality Office ist die des Industrieverbandes Büro und Arbeitswelten (iba) in Wiesbaden.





## Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

### InfoLetter HBS

Alle drei Wochen berichtet der „InfoLetter HBS“ über aktuelle Themen der Branche und über die laufenden Aktivitäten des Verbandes. Die Redaktion des „InfoLetter HBS“ in Kooperation mit dem Bit-Verlag ermöglicht eine tiefe und neutrale Themenbearbeitung mit zusätzlichen Hintergrundinformationen. Der „InfoLetter HBS“ kann im Abonnement als Online-Ausgabe bestellt werden.

### Website

Unter der Domain [www.wohnenundbuero.de](http://www.wohnenundbuero.de) sind alle Verbände des Fachbereichs Wohnen und Büro vereint, die Fachverbände jedoch einzeln vertreten: Ein Service-Bereich mit Adressen, Pressemeldungen, „InfoLetter“, Tagungsinformationen und weiteren Rubriken. Die gesamte Website wird in den fachübergreifenden Themen im Verbund mit den anderen Fachverbänden der Geschäftsstelle gestaltet. Neu ist die Integration der Inhalte der Website [www.schreibwarenzeichen.de](http://www.schreibwarenzeichen.de) in die Verbandshomepage. Bisher war diese eigenständig.

### Pressearbeit

Die Pressearbeit des HBS wird vorrangig über den E-Mail-Versand von Pressemitteilungen und über das Online-Angebot der Website organisiert. Der wichtigste Termin für Zahlen und Perspektiven ist die Jahrespressekonferenz zu Beginn des Jahres auf der Messe Paperworld in Frankfurt. Ergänzt werden diese Kanäle durch Hintergrund-Gespräche mit Journalisten der Fach- und Wirtschaftspresse und Telefon-Interviews.

### Pressekonferenzen

Am 29. Januar 2017 fand auf der Messe „Paperworld“ die Jahrespressekonferenz des HBS statt. Vorgestellt wurden die aktuellen Umsatzentwicklungen, die Veränderungen in der Struktur der Unternehmen, die öffentlich besonders interessanten Aspekte der Branche und die Neuerungen zum Fachberaterkurs PBS. Es standen Michael Ruhnau, HBS-Präsident, Torsten Jahn, Pelikan für den Verband der PBS-Markenindustrie und HBS-Geschäftsführer Thomas Grothkopp Rede und Antwort. Die Inhalte der Pressekonferenz wurden von Fach- und Wirtschaftszeitschriften sowie von Presseagenturen aufgegriffen.

## Anhang

Präsidien .....	74
HDE, Landes- und Regionalverbände .....	76
Internationale Messen .....	78
Weitere Fachverbände des Handels .....	80
Presse und Medien .....	81
Allgemeine Branchenadressen .....	85
BVDM Adressen .....	86
GPK Adressen .....	91
HBS Adressen .....	92
BFT Adressen .....	95



# Adressen und Ansprechpartner

## Präsidien

### BVDM-Präsidium

Hans Strothoff (Präsident)  
MHK Group AG  
Im Gefierth 9 a, 63303 Dreieich  
Tel.: 06103/391-0, Fax: -119  
info@mhk.de, www.mhk.de

Markus Meyer (Vizepräsident)  
City-Polster Handels GmbH  
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern  
Tel.: 0631/350 33 90, Fax: 993 79  
info@city-polster.de, www.city-polster.de

Andreas Eisenkrätzer (Präsidiumsmitglied)  
Küchen Keie Mainz GmbH  
Am Schleifweg 17a, 55128 Mainz-Bretzenheim  
Tel.: 06103/39 14 05  
mainz@kuechenkeie.de, www.kuechenkeie.de

Robert Andreas Hesse (Präsidiumsmitglied)  
Möbel Hesse GmbH  
Robert-Hesse-Str. 3, 30812 Garbsen  
Tel.: 0511/279 78-100, Fax: -111  
info@moebel-hesse.de, www.moebel-hesse.de

Oliver Höner (Präsidiumsmitglied)  
Musterring International  
Josef Höner GmbH & Co. KG  
Hauptstr. 134-140, 33378 Rheda-Wiedenbrück  
Tel.: 05242/529-01, Fax: -26165  
info@musterring.de  
www.musterring-gallery.de

Günther Härtl (Ehrenpräsident)  
Am Schönblick 12, 35764 Sinn-Fleisbach  
Tel.: 02772/515 01, Fax: 523 69  
haertl-fleisbach@t-online.de

### GPK-Präsidium

Christina van Dorp (Präsidiumsmitglied)  
Wilhelm van Dorp KG  
Münsterplatz 25, 53111 Bonn  
Tel.: 0228/98192-0, Fax: -32  
info@vandorp.de, www.vandorp.de

Michael Berz (Vizepräsident)  
Siller & Laar GmbH & Co. KG  
Philippine-Welser-Str. 30, 86150 Augsburg  
Tel.: 0821/502 81-0, Fax: 0821/31 68-280  
info@siller-laar.de, www.siller-laar.de

Hermann Hutter (Vizepräsident)  
Carl Abt GmbH & Co. KG  
Bgm.-Landmann-Platz 1-5, 89312 Günzburg  
Tel.: 08221/93 06 70, Fax: 93 06 71  
hermann.hutter@hutter.net

Carl Reckers (Ehrenpräsident)  
Handelsberatung Reckers  
Steinstr. 3, 59368 Werne  
Tel.: 02389/40 06-11  
creckers@porzellan-reckers.de

Walter E. Ferdinand (Ehrenpräsident)  
Porzellanhaus Commes GmbH  
Entenpfuhl 23-25, 56068 Koblenz  
Tel.: 0261/303 23-0, Fax: -19  
info@commes.de, www.commes.de

### HBS-Präsidium

Michael Ruhnau (Präsident)  
Herbert König Bürotechnik KG  
Am Dachspfad 23, 61169 Friedberg (Hessen)  
Tel.: 06031/792-15  
service@koenig-kg.com  
www.koenig-kg.com

Carla Gundlach (Vizepräsidentin)  
bi-markt büro & ideen  
Bürobedarfsgesellschaft mbH & Co. KG  
Hannoversche Str. 82, 49084 Osnabrück  
Tel.: 0541/582 02-0, Fax: -21  
info@bimarkt.de, www.bimarkt.de

Kirsten Haller  
Büro-Bedarf-Balke GmbH  
Am Knick 10-16, 22113 Oststeinbek  
Tel.: 040/713 08-125, Fax: -124  
info@balke-hamburg.de  
www.balke-hamburg.de

Georg Holl  
Bürobedarf Hänsel GmbH & Co KG  
Marsilstein 15-19, 50676 Köln  
Tel.: 0221/20646-38, Fax: -29  
verkauf@buerobedarf-haensel.de  
www.buerobedarf-haensel.de

Birgit Lessak  
Birgit Lessak e. K. Geschenke & so  
Bahnhofstr. 54, 12305 Berlin  
Tel.: 030/744-8438, Fax: -614  
birgitlessak@gmx.de

Martin Kunow  
PBS Deutschland Dienstleistungs GmbH  
Im Kleifeld 28, 31275 Lehrten/Ahlten  
Tel.: 05132/86 44-0, Fax: -160  
info@pbsdeutschland.de  
www.pbsdeutschland.de

Ingo Dewitz  
Büroring eG Einkaufs- und  
Marketing-Kooperation  
Siemensstr. 7, 42781 Haan  
Tel.: 02129/5571-110, Fax: -119  
info@bueroring.de  
www.bueroring.de

Dr. Benedikt Erdmann  
Soennecken eG  
Soennecken-Platz, 51491 Overath  
Tel.: 02206/607-0, Fax: -109  
info@soennecken.de  
www.soennecken.de

Michael Purper  
PRISMA Fachhandels AG  
Dieselstr. 12-14, 42781 Haan  
Tel.: 02129/55 71-601, Fax: -699  
info@prisma-online.biz, www.prisma.ag

Günther Bierbrauer (Ehrenpräsident)  
Agnesstr. 13, 70597 Stuttgart  
Tel.: 0711/76 49 85

Ulf Ohlmer (Ehrenpräsident)  
Wilh. F. Kassebeer GmbH & Co. KG  
Matthias-Grünwald-Str. 42, 37154 Northeim  
Tel.: 05551/963-131, Fax: -132  
info@bueroboss.de, www.bueroboss.de

Armin Schröter (Ehrenpräsident)  
Schröter Bürobedarf + EDV-Zubehör GmbH  
Tempelsweg 4, 47918 Tönisvorst  
Tel.: 02151/792-147, Fax: -123  
info@schroeter-buerozentrum.de  
www.schroeter-buerozentrum.de



## HDE, Landes- und Regionalverbände

Handelsverband Deutschland (HDE)  
Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin  
Tel.: 030/72 62 50-0, Fax: -99  
hde@einzelhandel.de, www.hde.de

Handelsverband Deutschland (HDE)  
Büro Brüssel  
Avenue des Nerviens 85, B-1040 Bruxelles  
Tel.: 0032/22 31 02 81, Fax: 0032/22 30 84 97  
europa@einzelhandel.de, www.einzelhandel.de

### Landes- und Regionalverbände

Handelsverband Baden-Württemberg e.V.  
Neue Weinsteige 44, 70180 Stuttgart  
Tel.: 0711/648 64-20, Fax: -24  
info@hv-bw.de, www.hv-bw.de

Handelsverband Bayern e.V. (HBE)  
Brienner Str. 45, 80333 München  
Tel.: 089/511 18-113, Fax: -114  
info@hv-bayern.de, www.hv-bayern.de

Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.  
c/o Regionalbereich Nordwestbrandenburg  
Steinstr. 20, 16816 Neuruppin  
Tel.: 03391/45 63-0, Fax: -40  
info-neuruppin@hbb-ev.de, www.hbb-ev.de

Handelsverband Mitte  
c/o Handelsverband Hessen-Süd e.V.  
Flughafenstr. 4 a, 60528 Frankfurt  
Tel.: 069/13 30 91-0, Fax: -99  
rhode@einzelhandelsverband.de  
www.einzelhandelsverband.de

Handelsverband Niedersachsen-Bremen e. V.  
Hinüberstr. 16-18, 30175 Hannover  
Tel.: 0511/337 08-15, Fax: -29  
info@handelsverband-nb.de  
www.handelsverband-nb.de

Handelsverband Nord e.V.  
Hopfenstr. 65, 24103 Kiel  
Tel.: 0431/974 07-0, Fax: -24  
info@hvnord.de, www.hvnord.de

Handelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.  
Kaiserstr. 42 a, 40479 Düsseldorf  
Tel.: 0211/498 06-21, Fax: -42  
info@hv-nrw.de, www.handelsverband-nrw.de

Handelsverband Mitteldeutschland

Handelsverband Sachsen e.V.  
Könneritzstr. 3, 01067 Dresden  
Tel.: 0351/867 06-12, Fax: -30  
hvs-land@handel-sachsen.de  
www.handel-sachsen.de

Handelsverband Sachsen-Anhalt e.V.  
Breiter Weg 232 a, 39104 Magdeburg,  
Tel.: 0391/561 96 31, Fax: 543 02 66  
info@handelsverband-sachsenanhalt.de  
www.handelsverband-sachsenanhalt.de

Handelsverband Thüringen e.V.  
Futterstr. 14, 99084 Erfurt  
Tel.: 0361/778 06-0, Fax: -12  
info@handelsverbandthueringen.de  
www.handelsverbandthueringen.de



Screenshot: [www.einzelhandel.de](http://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](http://www.einzelhandel.de/regionen)

# Internationale Messen

## Heimtextil

09. – 12.01.2018  
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhardt-Anlage 1,  
 60327 Frankfurt/Main  
 Tel.: 069/75 75-0, Fax: -66 09  
 heimtextil@messefrankfurt.com  
 www.heimtextil.de

## Domotex

12. – 15.01.2018  
 Deutsche Messe AG  
 Messegelände, 30521 Hannover  
 Tel.: 0511/89-0, Fax: -32626  
 info@messe.de, www.domotex.de

## IMM Cologne

15. - 21.01.2018  
 Koelnmesse GmbH  
 Messeplatz 1, 50679 Köln  
 Tel.: 0221/821-0, Fax: -2574  
 info@koelnmesse.de, www.imm-cologne.de

## Maison & Objet

19. – 23.01.2018  
 SESMP/SAFI  
 Salons Francais et Internationaux  
 4 Passage Roux, 75859 Paris Cedex 17,  
 Frankreich  
 Tel.: 0221/13 05 09-09, Fax: -01  
 b.angui@imf-promosalons.de  
 www.maison-objet.com

## Christmasworld

26. – 30.01.2018  
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhardt-Anlage 1,  
 60327 Frankfurt/Main  
 Tel.: 069/75 75-0, Fax: -64 33  
 info@messefrankfurt.com  
 www.christmasworld.messefrankfurt.com

## Paperworld/Creativeworld

27. – 30.01.2018  
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhardt-Anlage 1,  
 60327 Frankfurt/Main  
 Tel.: 069/75 75-0, Fax: -64 33  
 info@messefrankfurt.com  
 www.paperworld.de  
 www.creativeworld.messefrankfurt.com

## Ambiente

09. – 13.02.2018  
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhardt-Anlage 1,  
 60327 Frankfurt/Main  
 Tel.: 069/75 75-0, Fax: -64 33  
 info@messefrankfurt.com  
 www.ambiente.messefrankfurt.com

## R + T

27.02. - 03.03.2018  
 Landesmesse Stuttgart GmbH  
 Messepiazza 1, 70629 Stuttgart  
 Tel.: 0711/18 560-0, Fax: -2440  
 info@messe-stuttgart.de  
 www.messe-stuttgart.de/r-t/

## I Saloni

17. – 22.04.2018  
 Cosmit Spa  
 Foro Buonaparte 65, 20121 Milano  
 Tel.: 0039/02 72 59 41, Fax: 02 89 01 15 63  
 info@cosmit.it  
 www.cosmit.it

## Cebit

11. – 15.06.2018  
 Deutsche Messe AG  
 Messegelände, 30521 Hannover  
 Tel.: 0511/89-0, Fax: -32626  
 info@messe.de  
 www.cebit.de

## Tendence

30.06. – 03.07.2018  
 Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
 Ludwig-Erhardt-Anlage 1,  
 60327 Frankfurt/Main  
 Tel.: 069/75 75-0, Fax: -64 33  
 info@messefrankfurt.com  
 www.tendence.de

## Spoga + Gafa

02. – 04.09.2018  
 Koelnmesse GmbH  
 Messeplatz 1, 50679 Köln  
 Tel.: 0221/821-0, Fax: -3444  
 info@koelnmesse.de  
 www.spogagafa.de

## Insights-X

04. – 07.10.2018  
 Spielwarenmesse eG  
 Münchener Str. 330, 90471 Nürnberg  
 Tel.: 0911/998 13-0, Fax: -898  
 info@insights-x.com, www.insights-x.com

## Orgatec

23. – 27.10.2018  
 Koelnmesse GmbH  
 Messeplatz 1, 50679 Köln  
 Tel.: 0221/821-0, Fax: -2574  
 info@koelnmesse.de, www.orgatec.de

## LivingKitchen

14. - 20.01.2019  
 Koelnmesse GmbH  
 Messeplatz 1, 50679 Köln  
 Tel.: 0221/821-0, Fax: -2574  
 info@koelnmesse.de  
 www.livingkitchen-cologne.de

## BAU

14. – 19.01.2019  
 Messe München GmbH  
 Messegelände, 81823 München  
 Tel.: 089/949-20720, Fax: -20729  
 newslines@messe-muenchen.de  
 www.bau-muenchen.com

## Interzum

21. – 24.05.2019  
 Koelnmesse GmbH  
 Messeplatz 1, 50679 Köln  
 Tel.: 0221/821-0, Fax: -2574  
 info@koelnmesse.de, www.interzum.de

## LIGNA

27. – 31.05.2019  
 Deutsche Messe AG  
 Messegelände, 30521 Hannover  
 Tel.: 0511/89-0, Fax: -32626  
 info@messe.de, www.ligna.de



## Weitere Fachverbände des Handels

BHB - Handelsverband Heimwerken,  
Bauen und Garten e.V.  
Hohenzollernring 14, 50672 Köln  
Tel.: 0221/27 75 95-0, Fax: -79  
info@bhb.org, www.bhb.org

Bundesfachverband  
Deutscher Reformhäuser (refo)  
Ernst-Litfass-Str. 16, 19246 Zarrentin  
Tel.: 038851/51-542, Fax: -299  
kontakt@refo.de, www.refo.de

Bundesverband des Sanitätsfachhandels (BVS)  
Hugo-Junkers-Str. 22, 50739 Köln  
Tel.: 0221/240 78 45, Fax: 599 98 26  
bvs@verbandsbuero.eu  
www.bv-sanitaetsfachhandel.de

Bundesverband Parfümerien  
Kaiserstr. 42a, 40479 Düsseldorf  
Tel.: 0211/30 18 18-80, Fax: -99  
info@parfuemerieverband.de  
www.parfuemerieverband.de

Bundesverband Schwimmbad und Wellness  
(bsw)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/271 66-91, Fax: -99  
info@bsw-web.de, www.bsw-web.de

Gesamtverband  
Deutscher Musikfachgeschäfte e.V.  
Hardenbergstr. 9 a, 10623 Berlin  
Tel.: 030/327 69 68-65, Fax: -60  
info@musikverbaende.de  
www.gdm-online.com

Handelsverband Juweliere (BVJ)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/271 66-0, Fax: -20  
bvj@einzelhandel-ev.de www.bv-juweliere.de

Handelsverband Lebensmittel (BVLH)  
Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin  
Tel.: 030/72 62 50-80, Fax: -85  
info@bvlh.net, www.bvlh.net

Handelsverband Lederwaren (BLE)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/92 15 09-0, Fax: -10  
info@lederwareneinzelhandel.de  
www.lederwareneinzelhandel.de

Handelsverband Schuhe (BDSE)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/92 15 09-0, Fax: -10  
info@bdse.org, www.bdse.org

Handelsverband Spielwaren (BVS)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/271 66-0, Fax: -20  
bvs@einzelhandel.de, www.bvspielwaren.de

Handelsverband Tabak (BTWE)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/271 66-0, Fax: -20  
btwe@einzelhandel.de, www.tabakwelt.de

Handelsverband Technik (BVT)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/271 66-0, Fax: -20  
bvt@einzelhandel-ev.de, www.bvt-ev.de

Handelsverband Textil (BTE)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/92 15 09-0, Fax: -10  
info@bte.de, www.bte.de

vds - Verband Deutscher Sportfachhandel e.V.  
Pariser Str. 2, 81669 München  
Tel.: 089/99 35 56-0, Fax: -99  
info@vds-sportfachhandel.de  
www.vds-sportfachhandel.de

Verband der Bettenfachgeschäfte (VDB)  
An Lyskirchen 14, 50676 Köln  
Tel.: 0221/92 15 09-0, Fax: -10  
vdb@bte.de, www.bettinfo.de

Verband des deutschen Zweiradhandels (VDZ)  
Große-Kurfürsten-Str. 75, 33615 Bielefeld  
Tel.: 0521/965 10-0, Fax: -20  
info@vdzrad.de, www.vdzrad.de

Verband Deutscher Drogisten (VDD)  
Am Mühlenacker 59, 50259 Pulheim  
Tel.: 02234/96 73-260, Fax: -270  
drogistenverband@t-online.de  
www.drogistenverband.de

## Presse und Medien

### Handelsfachpresse

Der Handel  
Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstr. 251  
60326 Frankfurt/Main  
Tel.: 069/75 95-01, Fax: -2999  
der.handel@dfv.de, www.derhandel.de

Handelsjournal  
Planet C GmbH  
Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin  
Tel.: 030/726 25-111  
redaktion@handelsjournal.de  
www.handelsjournal.de

Lebensmittel Zeitung  
Deutscher Fachverlag GmbH  
Mainzer Landstr. 251, 60326 Frankfurt  
Tel.: 069/75 95-01, Fax: -2999  
lz-redaktion@dfv.de  
www.lebensmittelzeitung.net

### BVDM Fachpresse

arcade  
Ferdinand Holzmann Verlag  
im Vincentz Network GmbH & Co. KG  
Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/632 01 80, Fax: 630 75 10  
holzmann@holzmann.de, www.arcade-xxl.de

der küchenprofi  
Ferdinand Holzmann Verlag  
im Vincentz Network GmbH & Co. KG  
Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/632 01 80, Fax: 630 75 10  
holzmann@holzmann.de  
www.derkuechenprofi.de

EUWID  
Europäischer Wirtschaftsdienst GmbH  
Bleichstr. 20-22, 76593 Gernsbach  
Tel.: 07224/93 97-0, Fax: -900  
info@euwid.de, www.euwid.de

HartDran  
Hartmann Media GmbH  
Berger Str. 15, 82319 Starnberg  
Tel.: 08151/91 46-0, Fax: -61  
hartdran-verlag@t-online.de  
www.hartdran.com

inside  
INSIDE Wohnen Verlag GmbH  
Destouchesstr. 6, 80803 München  
Tel.: 089/383 56 70, Fax: 34 21 24  
info@inside-wohnen.de,  
www.inside-wohnen.de

interiorfashion  
dieschmidt – Fachverlag für gedruckte und  
digitale Medien e.K.  
Fronmüllerstr. 71, 90763 Fürth  
Tel.: 0911/970 95-30, Fax: -13  
info@interiorfashion.de  
www.interiorfashion.de

Küche + Architektur  
Fachschriften-Verlag GmbH & Co. KG  
Weißheimerstr. 7, 67549 Worms  
Tel.: 06241/97 97 08-10, Fax: -17  
info@fachschriften.de  
www.kuecheundarchitektur.de

Küchenhandel  
Interieur-Verlag GmbH  
Maiglöckchenweg 3, 51570 Windeck  
Tel. & Fax: 02292/959 97 40  
info@interieur-verlag.de  
www.kuechenhandel-online.de

Küchenplaner  
Strobel Verlag GmbH & Co. KG  
Zur Feldmühle 9-11, 59821 Arnsberg  
Tel.: 02931/89 00-0, Fax: -38  
leserservice@strobel-verlag.de  
www.kuechenplaner-magazin.de

Markt Intern  
Verlag GmbH  
Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf  
Tel.: 0211/66 98-0, Fax: -222  
info@markt-intern.de, www.markt-intern.de

material + technik möbel  
m+t Ritthammer Publishing GmbH  
Andernacher Str. 5 a, 90411 Nürnberg  
Tel.: 0911/955 78-80, Fax: -78  
info@material-technik.de  
www.material-technik.de

möbelfertigung  
Ferdinand Holzmann Verlag  
im Vincentz Network GmbH & Co. KG  
Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/632 01 80, Fax: 630 75 10  
holzmann@holzmann.de  
www.moebelfertigung.com

möbel kultur  
Ferdinand Holzmann Verlag  
im Vincentz Network GmbH & Co. KG  
Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/632 01 80, Fax: 630 75 10  
holzmann@holzmann.de,  
www.moebelkultur.de

MÖBELMARKT  
Verlag Matthias Ritthammer GmbH  
Andernacher Str. 5 a, 90411 Nürnberg  
Tel.: 0911/955 78-0, Fax: -11  
media@ritthammer-verlag.de  
www.ritthammer-verlag.de

### GPK Fachpresse

GPK intern  
GPK Verlags- @ Service GmbH  
Frangenheimstr. 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 83-20, Fax: -90  
gpk@wohnenundbuero.de  
www.wohnenundbuero.de

P&G  
Bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG  
Fasanenweg 18  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 0711/75 91-0, Fax: -336  
info@bitverlag.de  
www.bitverlag.de

arcade und möbel kultur  
Ferdinand Holzmann Verlag  
im Vincentz Network GmbH & Co. KG  
Weidestr. 120 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/63 20 18-0, Fax: 630 75 10  
holzmann@holzmann.de  
www.holzmann.de

GENUSS PUR und GENUS PROFESSIONAL  
WWS Verlag Klaus-Peter Piontkowski  
Neuenbaumer Str. 5, 41470 Neuss  
Tel.: 02137/936 97-0, Fax: -20  
info@wvs-verlag.de  
www.wvs-verlag.de

HANDELS DIGEST  
Konradin Verlag R. Kohlhammer GmbH  
Ernst-Mey-Str. 8  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 0711/75 94-0, Fax: -390  
redaktion.digest@konradin.de  
www.handelsdigest.de

HZ HAUSHALT & ELEKTRO  
Eisenwaren-Zeitung GmbH  
Eichendorffstr. 3, 40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/470 50-66, Fax: -64  
ez.hz@gmx.de, www.hz-ez.de

Kitchen Trend  
Göller Verlag GmbH  
Aschmattstr. 8, 76532 Baden-Baden  
Tel.: 07221/502-200, Fax: -222  
info@goeller-verlag.de  
www.trend-and-style.de

stil & markt  
Meisenbach GmbH Verlag  
Franz-Ludwig-Str. 7 a, 96047 Bamberg  
Tel.: 0951/861-0, Fax: -158  
stil&markt@meisenbach.de  
www.stilundmarkt.de

Trend and Style  
Göller Verlag GmbH  
Aschmattstr. 8, 76532 Baden-Baden  
Tel.: 07221/502-200, Fax: -222  
rieger@trend-and-style.de  
www.trend-and-style.de

### HBS Fachpresse

AIT  
Verlagsanstalt Alexander Koch GmbH  
Fasanenweg 18  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 0711/75 91-0, Fax: -410  
info@ait-online.de, www.ait-online.de

boss  
Bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG  
Fasanenweg 18  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 0711/75 91-0, Fax: -336  
info@bitverlag.de, www.bitverlag.de

BusinessPartner PBS  
Verlag Chmielorz GmbH  
Marktplatz 13, 65183 Wiesbaden  
Tel.: 0611/360 98-71, Fax: -77  
info@pbs-business.de, www.pbs-business.de

C.ebra - Zeitschrift für effiziente Beschaffung  
rund um Büro und Arbeitsplatz  
Marktplatz 13, 65183 Wiesbaden  
Tel.: 0611/360 98-0, Fax: -77  
info@cebra.biz  
www.cebra.biz

CHEFBÜRO  
Chefbüro Media Verlag  
Oberer Eisbergweg 7, 73734 Esslingen  
Tel.: 0711/348 20-70  
chefbuero@chefbuero.de, www.chefbuero.de

dasbüro  
Verlag Frank Nehring GmbH  
Zimmerstr. 56, 10117 Berlin  
Tel.: 030/47 90 71-0, Fax: -20  
info@officeabc.de  
www.officeabc.de

FACTS  
Facts GmbH  
Theodor-Althoff-Str. 39, 45133 Essen  
Tel.: 0201/871 26-800, Fax: -810  
redaktion@factsverlag.de  
www.factsverlag.de

Info-Markt  
Infomarkt GmbH  
Fischerstr. 49, 40477 Düsseldorf  
Tel.: 0211/68 78 55-0, Fax: -25  
frank.gruenberg@infomarkt.de  
www.infomarkt.de

MENSCH&BÜRO  
Konradin Medien GmbH  
Ernst-Mey-Str. 8  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 06221/64 46-0, Fax: -40  
info@menschundbuero.de  
www.menschundbuero.de

markt intern  
markt intern Verlag GmbH  
Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf  
Tel.: 0211/66 98-0, Fax: -222  
info@markt-intern.de  
www.markt-intern.de

officeabc.de  
„Für das Beste im Büro“  
Zimmerstr. 56, 10117 Berlin  
Tel.: 030/47 90 71-0, Fax: -20  
info@officeabc.de  
modern-office.info

opi  
Office Products International Ltd  
112 Clerkenwell Road  
London EC1M 5SA, United Kingdom  
Tel.: 0044/20 78 41-2950, Fax: -2951  
opi@opi.net, www.opi.net

Papeterie und Büro  
Jürg Kühni  
Falkenweg 21, CH-3400 Burgdorf  
Tel.: 0041/34 422 16 39  
info@papeterie.ch  
www.papeterie-und-buero.ch

pbs AKTUELL  
Bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG  
Fasanenweg 18  
70771 Leinfelden-Echterdingen  
Tel.: 0711/75 91-0, Fax: -336  
info@bitverlag.de, www.bitverlag.de

pbs magazin  
Heymann & Jahn Druck und Verlag GmbH  
Kannegasse 16, A-1150 Wien  
Tel.: 0043/1/982 71 91, Fax: -17  
pbsmagazin@vienna.at, www.pbsmagazin.at

pbsreport  
Zarbock Media GmbH & Co. KG  
Sontraer Str. 6, 60386 Frankfurt  
Tel.: 069/42 09 03-0, Fax: -70  
info@pbsreport.de, www.pbsreport.de

### BFT Fachpresse

boden wand decke  
Holzmann Medien GmbH & Co. KG  
Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen  
Tel.: 08247/354-158, Fax: -4158  
bwd@holzmann-medien.de  
www.boden-wand-decke.de

BTH Heimtex  
SN-Verlag Michael Steinert  
An der Alster 21, 20099 Hamburg  
Tel.: 040/24 84 54-0, Fax: -25  
info@snfachpresse.de  
www.raumausstattung.de

carpet COLLECTOR  
SN-Verlag Michael Steinert  
An der Alster 21, 20099 Hamburg  
Tel.: 040/24 84 54 28, Fax: 280 37 88  
editorial@carpet-xl.com  
www.snfachpresse.de



carpetXL  
 SN-Verlag Michael Steinert  
 An der Alster 21, 20099 Hamburg  
 Tel.: 040/24 84 54-0, Fax: 280 37 88  
 teppich@snfachpresse.de  
 www.raumausstattung.de

eurodecor  
 Meininger Verlag GmbH  
 Maximilianstr. 7 - 17, 67433 Neustadt  
 Tel.: 06321/89 08-0, Fax: -73  
 eurodecor@meininger.de, www.eurodecor.de

Fußboden Technik  
 SN-Verlag Michael Steinert  
 An der Alster 21, 20099 Hamburg  
 Tel.: 040/24 84 54 11, Fax: 280 37 88  
 fussbodentechnik@snfachpresse.de  
 www.snfachpresse.de

Haustex  
 SN-Verlag Michael Steinert  
 An der Alster 21, 20099 Hamburg  
 Tel.: 040/24 84 54-0, Fax: -25  
 info@raumausstattung.de  
 www.raumausstattung.de

Objekt  
 Objekt Verlag GmbH  
 Joachimstr. 5, 40545 Düsseldorf  
 Tel.: 0211/55 96-10, Fax: 557 04 42  
 info@objekt-verlag.de, www.objekt-verlag.de

## Allgemeine Branchenadressen

Bildungszentrum des Einzelhandels  
 Niedersachsen  
 Kurzer Ging 47, 31832 Springe  
 Tel.: 05041/788-0, Fax: -88  
 info@bze-springe.de, www.bze-springe.de

Bund Deutscher Innenarchitekten  
 BDIA e.V.  
 Köpenicker Str. 48/49, 10789 Berlin  
 Tel.: 030/64 07 79 78, Fax: 91 44 24 19  
 info@bdia.de, www.bdia.de

Der Mittelstandsverbund - ZGV e.V.  
 Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin  
 Tel.: 030/59 00 99-618, Fax: -617  
 info@mittelstandsverbund.de  
 www.mittelstandsverbund.de

EHI Retail Institute GmbH  
 Spichernstr. 55, 50672 Köln  
 Tel.: 0221/579 93-0, Fax: -45  
 info@ehi.org, www.ehi.org

GfK  
 Nordwestring 101, 90419 Nürnberg  
 Tel.: 0911/395-0  
 gfk@gfk.com, www.gfk.com

GSI Germany GmbH  
 Maarweg 133, 50825 Köln  
 Tel.: 0221/947 14-0, Fax: -490  
 info@gsi-germany.de, www.gsi-germany.de

Handelsverband Deutschland (HDE)  
 Am Weidendamm 1 a, 10117 Berlin  
 Tel.: 030/72 62 50-0, Fax: -99  
 hde@einzelhandel.de, www.hde.de

Handelsverband Deutschland (HDE)  
 Büro Brüssel  
 Avenue des Nerviens 85, B-1040 Bruxelles  
 Tel.: 0032/22 31 02 81, Fax: 22 30 84 97  
 europa@einzelhandel.de, www.einzelhandel.de

IFH Institut für Handelsforschung GmbH  
 Dürener Str. 401 b, 50858 Köln  
 Tel.: 0221/94 36 07-0, Fax: -99  
 info@ifhkoeln.de, www.ifhkoeln.de

Interseroh Dienstleistungs GmbH  
 Stollwerckstr. 9 a, 51149 Köln  
 Tel.: 02203/91 47-0, Fax: -1394  
 info@interseroh.de, www.interseroh.de

marketmedia24  
 Süther Hauptstr. 190 b, 50999 Köln  
 Tel.: 02236/89 64 73  
 Koschel@marketmedia24.de  
 www.marketmedia24.de

Signal Iduna Gruppe  
 Joseph-Scherer-Str. 3, 44139 Dortmund  
 Tel.: 0231/135-0, Fax: -4638  
 info@signal-iduna.de, www.signal-iduna.de

Unternehmensberatung Titze GmbH  
 An den Stöcken 16, 41472 Neuss  
 Tel.: 02182/871 20-0, Fax: -22  
 info@titze-online.de, www.titze-online.de

Verband der Deutschen  
 Heimtextilien-Industrie e.V.  
 Hans-Böckler-Str. 205, 42109 Wuppertal  
 Tel.: 0202/75 97-0, Fax: -97  
 info@heimtex.de, www.heimtex.de

Verband Deutscher Garten-Center e.V. (VDG)  
 Carl-Bosch-Str. 19, 53501 Grafschaft-Ringen  
 Tel.: 06241/906-9810, Fax: -5991  
 verband@garten-center.de  
 www.garten-center.de

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren  
 Wettbewerbs e.V.  
 Landgrafenstr. 24 b  
 61348 Bad Homburg v.d. Höhe  
 Tel.: 06172/12 15-15, Fax: 8 44 22  
 mail@wettbewerbszentrale.de  
 www.wettbewerbszentrale.de

Zentralverband der Deutschen Elektro- und  
 Informationstechnischen Handwerke (ZVEH)  
 Lilienthalallee 4  
 60487 Frankfurt am Main  
 Tel.: 069/24 77 47-0, Fax: -19  
 zveh@zveh.de, www.zveh.de

# BVDM Adressen

## Partnerverbände

Arbeitsgemeinschaft  
Die Moderne Küche (AMK)  
Harrlachweg 4, 68163 Mannheim  
Tel.: 0621/850 61-00, Fax: -1  
info@amk.de, www.amk.de

Europäischer Verband des Möbelhandels,  
Fédération Européenne du Négoce de  
l'Ameublement (FENA) c/o NAVEM  
Kasteelstraat 1 A B10, B-1700 Dillbeek  
Tel.: 0032/2/478-4857, Fax: -3766  
info@navem.be, www.fena-furniture.com

Verband der Deutschen  
Wohnmöbelindustrie (VdDW)  
Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford  
Tel.: 05221/12 65-0, Fax: -65  
info@vhk-herford.de, www.vhk-herford.de

Verband der Deutschen  
Polstermöbelindustrie (VdDP)  
Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford  
Tel.: 05221/12 65-0, Fax: -65  
info@vhk-herford.de, www.vhk-herford.de

Verband der Deutschen  
Küchenmöbelindustrie (VdDK)  
Goebenstr. 4 - 10, 32052 Herford  
Tel.: 05221/12 65-0, Fax: -65  
info@vhk-herford.de, www.vhk-herford.de

Verband der Deutschen Möbelindustrie  
Flutgraben 2, 53604 Bad Honnef  
Tel.: 02224/93 77-0, Fax: -77  
info@hdh-ev.de, www.hdh-ev.de

## Verein Fachschule des Möbelhandels e.V.

Hans Strothoff (Vorstandsvorsitzender)  
MHK Group AG  
Im Gefierth 9 a, 63303 Dreieich  
Tel.: 06103/391-0, Fax: -119  
info@mhk.de, www.mhk.de

Andreas Eisenkrätzer (Vorstandsmitglied)  
Küchen Keie Mainz GmbH  
Tel.: 06103/39 14 05  
mainz@kuechenkeie.de, www.kuechenkeie.de

Oliver Höner (Vorstandsmitglied)  
Musterring International  
Josef Höner GmbH & Co. KG  
Hauptstr. 134-140, 33378 Rheda-Wiedenbrück  
Tel.: 05242/529-01, Fax: -26165  
info@musterring.de  
www.musterring-gallery.de

Hermann Jäger (Vorstandsmitglied)  
Union-Einkaufs GmbH  
Kieshecker Weg 148, 40468 Düsseldorf  
Tel.: 0211/47 23 60, Fax: 0211/418 00 34  
zentrale@union-moebel.de  
www.union-moebel.de

Markus Meyer (Vorstandsmitglied)  
City-Polster Handels GmbH  
Merkurstraße 16, 67663 Kaiserslautern  
Tel.: 0631/350 33 90, Fax: 0631/993 79  
info@city-polster.de, www.city-polster.de

André F. Kunz  
(Geschäftsführendes Vorstandsmitglied)  
Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 13-0, Fax: -28  
info@moefa.de, www.moefa.de

## Kuratorium

Ralf Falkenberg (Vorsitzender)  
Schäfer Inneneinrichtung  
Kölner Straße 286, 40227 Düsseldorf  
Tel.: 0211/77 55 22, Fax: 0211/78 44 49  
info@schaefer-inneneinrichtung.de  
www.schaefer-inneneinrichtung.de

Monika Ibrahim (Kuratoriumsmitglied)  
Point of Work - merTens AG  
Frankfurter Straße 5, 65189 Wiesbaden  
Tel.: 0611/531 67 71, Fax: 0611/531 67 79  
info@mertens.ag, www.mertens.ag

Peter Hartkopf (Kuratoriumsmitglied)  
Hartkopf & Cie. Personalberatung GmbH  
Schloßstraße 20 / Süd  
51429 Bergisch Gladbach  
Tel.: 02204/95 06-0, Fax: -22  
info@hartkopfcie.de, www.hartkopfcie.de

Andreas Hoster (Kuratoriumsmitglied)  
Hoster Küchen & Einrichtungen GmbH  
Hülser Straße 500, 47803 Krefeld  
Tel.: 02151/225 04, Fax: 02151/80 11 76  
hoster@kuechen.de, www.hoster-kuechen.de

Stephan Müller (Kuratoriumsmitglied)  
Polster Aktuell Hessen GmbH & Co. KG  
Oderstraße 16, 63452 Hanau  
Tel.: 06181/428 77-0, Fax: -20  
infohu@polsteraktuell.de  
www.polsteraktuell.de

## Schulleitung

Dieter Müller (Schulleiter)  
OSTD Diplom-Handelslehrer  
Bernd Schaefer-Strauß (Stv. Schulleiter)  
StD

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 13-0, Fax: -27  
info@moefa.de, www.moefa.de

## Verein zur Förderung der Möbelfachschule Köln e.V.

Hans Strothoff (Vorsitzender)  
MHK Group AG  
Im Gefierth 9 a, 63303 Dreieich  
Tel.: 06103/391-0, Fax: -119  
info@mhk.de, www.mhk.de

Oliver Höner (Vorstandsmitglied)  
Musterring International  
Josef Höner GmbH & Co. KG  
Hauptstr. 134-140  
33378 Rheda-Wiedenbrück  
Tel.: 05242/529-01, Fax: -26165  
info@musterring.de  
www.musterring-gallery.de

Markus Meyer (Vorstandsmitglied)  
City Polster Handels GmbH  
Merkurstr. 16, 67663 Kaiserslautern  
Tel.: 0631/350 33 90, Fax: 933 79  
info@city-polster.de, www.city-polster.de

André F. Kunz (Geschäftsführer)

## Führungsakademie für die Möbelwirtschaft gGmbH

André F. Kunz (Geschäftsführer)  
Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 13-0, Fax: -27  
info@fuehrungsakademie-moebel.de  
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  
Bestellung: Möbel aus industrieller Fertigung,  
Postermöbel, Innenausbau und Einbauküchen  
Tel.: 089/29 42 70, Fax: 291 38 59  
mail@laakes.de  
www.sv-laakes.de

Peter Kliemann (2. Vorsitzender)  
Berliner Str. 15, 14169 Berlin  
Vereidigt bei: IHK Berlin  
Bestellung: Einbauküchen  
Tel.: 030/772 10 11, Fax: 773 80 28  
kontakt@moebel-kliemann.de  
www.moebel-kliemann.de

Andreas Meyer (3. Vorsitzender)  
Lambsbachstr. 49, 66424 Homburg  
Vereidigt bei: IHK Saarbrücken  
Bestellung: Kastenmöbel, insbesondere  
Küchenmöbel, Polstermöbel  
Tel.: 06841/17 66 80  
SV-A.Meyer@gmx.de

J. Andreas Rauh (Ehrenvorsitzender)  
Obere Büch 2, 91054 Buckenhof bei Erlangen  
Vereidigt bei: IHK Nürnberg  
Bestellung: Möbel und Polstermöbel,  
Objekteinrichtungen, Einbauküchen,  
Innenausbau in Holz  
Tel.: 09131/214 26, Fax: 20 51 27  
j.andreas.rauh@t-online.de



Ingo Schmiedeknecht (Ehrenvorsitzender)  
Mauritiusstr. 31, 44723 Bochum  
Vereidigt bei: IHK Essen  
Bestellung: Möbel und Polstermöbel,  
Einbauküchen, Innen- und  
Objekteinrichtungen, Innenausbau in Holz,  
Schäden an- und Bewertungen  
Tel.: 0234/937 28-0, Fax: -72  
dipl-ing@ingo-schmiedeknecht.de  
www.ingo-schmiedeknecht.de

Joachim Michael Ganz (Mitglied)  
Schwarzer Weg 20, 32549 Bad Oeynhausen  
Vereidigt bei: IHK Bielefeld  
Bestellung: Möbel, Einbauküchen,  
Objekteinrichtungen, Innenausbau in Holz &  
Holzwerkstoffen sowie Polstermöbel  
Tel.: 05731/281 02, Fax: 31 16  
jg@big-ganz.de  
www.moebelsachverstaendiger-ganz.de

Axel Grässle (Mitglied)  
Südring 12, 76473 Iffezheim  
Vereidigt bei: IHK Karlsruhe  
Bestellung: Einbauküchen  
Tel.: 07229/18 78-60, Fax: -800  
sv@graessle.de, www.sv.graessle.de

Hans-Jürgen Hacker (Mitglied)  
Mittelstr. 1, 46562 Voerde  
Vereidigt bei: IHK Duisburg  
Bestellung: Möbel, Polstermöbel,  
Einbauküchen und Inneneinrichtung,  
Objekteinrichtungen, Hausrat, Bewertungen,  
Schadenfeststellungen  
Tel.: 0281/414 21, Fax: 46 02 46

Jürgen Haupt (Mitglied)  
Jahnstr. 7, 72285 Pfalzgrafenweiler  
Vereidigt bei: IHK Pforzheim  
Bestellung: industriell gefertigte Polstermöbel  
Tel.: 07445/61 01, Fax: 85 92 46  
Juergen.Haupt@gmx.net

Michaela Hilger (Mitglied)  
Zur Heide 35, 53639 Königswinter  
Vereidigt bei: IHK Bonn  
Bestellung: Küchen, Möbel und Polstermöbel,  
Wasserbetten  
Tel.: 02244/814-59, Fax: -59  
mhilger@web.de

Ina-Maria Hummel (Mitglied)  
Kleine Rosenau 10, 96450 Coburg  
Vereidigt bei: IHK zu Coburg  
Bestellung: Großküchen und  
Verpflegungssysteme  
Tel.: 09561/23 39-99, Fax: -98  
mail@gk-hummel.de, www.gk-hummel.de

Manfred Kopmann (Mitglied)  
Stränger Str. 18, 33775 Versmold  
Vereidigt bei: IHK Ostwestfalen zu Bielefeld  
Bestellung: Industriell gefertigte Möbel,  
Einbauküchen und Polstermöbel  
Tel.: 01805/96 02 94, Fax: 05465/18 96  
info@kopmannsv.de, www.kopmannsv.de

Peter Krämer (Mitglied)  
Bunsenstr. 2, 40215 Düsseldorf  
Vereidigt bei: IHK Trier  
Bestellung: industriell gefertigte Möbel,  
Einbauküchen, Polstermöbel, Objekt- und  
Inneneinrichtungen, Hausrat  
Tel.: 06591/94 95 61, Fax: 032/223 71 48 88  
dergutachter1@t-online.de  
www.sachverstaendiger-moebel.de

Anette Krug (Mitglied)  
Friedrichstr. 44, 74385 Pleidelsheim  
Vereidigt bei: IHK Region Stuttgart  
Bestellung: industriell gefertigte Polstermöbel  
Tel.: 07144/218 85, Fax: 28 38 52  
info@moebelgutachten.com  
www.moebelgutachten.com

Christoph Lechtermann (Mitglied)  
Sillensteder Str. 4, 26441 Jever  
Vereidigt bei: IKH Oldenburg  
Bestellung: Einbauküchen und industriell  
gefertigte Kastenmöbel  
Tel.: 0700/25 12 52 00  
sv@lechtermann.de, www.lechtermann.de

Torsten Nöhring (Mitglied)  
Schnizleinstraße 3, 91541 Rothenburg o.d.T  
Tel.: 09861/70 97 81  
tnoehring@t-online.de

Eckhard Pfeiffer (Mitglied)  
Mühlenpfad 15, 53547 Hausen  
Vereidigt bei: IHK Koblenz  
Bestellung: industriell gefertigte Polster  
und Ledermöbel  
Tel.: 02638/94 94 54  
sv-epfeiffer@t-online.de  
www.polsterservice.de

Ulrike Stürmer-Rennemann (Mitglied)  
Moylandstr. 7, 47804 Krefeld  
Vereidigt bei: IHK mittl. Niederrhein  
Bestellung: Möbel, Polstermöbel,  
Einbauküchen  
Tel.: 02151/71 30 71, Fax: 71 24 09  
karlheinz.stuermer@t-online.de

Antoaneta Trommer (Mitglied)  
Enge Gasse 24, 09599 Freiberg  
Vereidigt bei: IHK Chemnitz  
Bestellung: Möbelbezüge aus Leder  
und Kunstleder  
Tel.: 03731/21 07 50  
at.expertise@t-online.de

Ingo Völker (Mitglied)  
Knüllblick 14, 34628 Willingshausen  
Vereidigt bei: IHK Kassel  
Bestellung: industriell gefertigte Möbel  
(ohne Polstermöbel), Einbauküchen,  
Wohn- und Kastenmöbel  
Tel.: 06691/91 85 96, Fax: 91 51 23  
Ingo.Voelker@freenet.de

Bernd Wagner (Mitglied)  
Ahornstr. 20, 95339 Neuenmarkt  
Vereidigt bei: IHK Bayreuth  
Bestellung: Möbelbezugsstoffe,  
Flachgewebe und Dekostoffe  
einschließlich Velour und Epinglé  
Tel.: 09227/907 08, Fax: 90 92 77  
vsvbwagner@gmx.de  
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  
Tel.: 0221/923 32 68, Fax: 24 90 35  
Sachverst.Werner@t-online.de

## Verbundgruppen

Alliance Möbel  
Marketing GmbH & Co. KG  
Marie-Curie-Str. 6, 53359 Rheinbach  
Tel.: 02226/904-0, Fax: -155  
info@alliance.de  
www.alliance.de

A-Plus Küchenprofi GmbH  
Donaustr. 15, 93333 Neustadt  
Tel.: 09445/204-204, Fax: -160  
info@aplus-kuechenprofi.de  
www.aplus-kuechenprofi.de

Atlas Einrichtungs-Einkaufs-GmbH  
Brunshofstr. 2, 45470 Mülheim  
Tel.: 0208/992 40-0, Fax: -99  
a.hertrich@atlas-gmbh.de

Begros GmbH  
Graf-Zeppelin-Str. 5, 46149 Oberhausen  
Tel.: 0208/994 93-0, Fax: -999  
begrosoffice@begros.de  
www.begros.de

B/u/K GmbH  
Bund unabhängiger Küchenspezialisten  
Dr.-Eugen-Schön-Str. 14, 97332 Volkach  
Tel.: 09381/43-93, Fax: -49  
sekretariat@buk-gmbh.info  
www.buk-gmbh.info

Creative Inneneinrichter GmbH & Co. KG  
Spreestr. 3, 64295 Darmstadt  
Tel.: 06151/391 28-0, Fax: -28  
info@creative-inneneinrichter.de  
www.creative-inneneinrichter.de

Der Kreis  
Einkaufsgesellschaft für Küche & Wohnen  
mbH & Co. KG  
Mollenbachstr. 2, 71229 Leonberg  
Tel.: 07152/60 97-00, Fax: -9999  
derkreis@derkreis.de, www.derkreis.de

Der Küchenring GmbH & Co. KG  
Marie-Curie-Str. 6, 53359 Rheinbach  
Tel.: 02226/904-0, Fax: -158  
info@kuechenring.de, www.kuechenring.de  
Einrichtungspartnerring VME GmbH & Co. KG  
An der Wesebreite 2, 33699 Bielefeld  
Tel.: 0521/208 85-0, Fax: -11  
info@einrichtungspartnerring.com  
www.einrichtungspartnerring.com

EK/servicegroup eG  
Bereich Küchen  
Elpke 109, 33605 Bielefeld  
Tel.: 0521/20 92-0, Fax: -166  
info@ek-servicegroup.de  
www.ek-servicegroup.de

EMV - Europa Möbel-Verbund GmbH  
Ampertal 8, 85777 Fahrenzhausen  
Tel.: 08133/89-0, Fax: -199  
info@emverbund.de, www.emverbund.de

Garant Holding GmbH  
Hauptstr. 143, 33378 Rheda-Wiedenbrück  
Tel.: 05242/409-0, Fax: -399  
info@garant-gruppe.de, www.garant-gruppe.de

GfM mbh & Co. Betriebs KG  
Donaustr. 15, 93333 Neustadt a.d. Donau  
Tel.: 09445/204-0, Fax: -155  
info@gfm-trend.de, www.gfm-trend.de

Giga International GmbH & Co. KG  
Industriestr. 5, 96114 Hirschaid  
Tel.: 0931/61 06 16 59 39  
office@giga-verband.com

K3 Möbeleinkauf + Marketing GmbH  
Birkenweg 15, 74257 Untereisesheim  
Tel.: 07132/991 88-0, Fax: -44  
info@k3-moebel.de, www.k3-moebel.de

KMG Zumbrock GmbH  
Küchen Marketing Gesellschaft  
Im Gehaak 2, 99887 Georgenthal  
Tel.: 036253/410 19, Fax: 448 10  
service@kmg-zumbrock.de  
www.kmg-kuechen.de

Küche & Co GmbH  
Ein Unternehmen der Otto Group  
Werner-Otto-Str. 1-7, 22179 Hamburg  
Tel.: 040/64 61-1185, Fax: -7271  
info@kueche-co.de  
www.kueche-co.de

Küchen Partner AG  
Edmund-Heusinger-Str. 13  
65307 Bad Schwalbach  
Tel.: 06124/50 83-0, Fax: -40  
info@kuechenpartner.ag  
www.kuechenpartner.ag

KüchenTreff Einkauf & Marketinggesellschaft  
für Küche & Wohnen mbH & Co. KG  
Harpstedter Str. 60, 27793 Wildeshausen  
Tel.: 04431/73 79-0, Fax: -20  
info@kuechentreff.de  
www.kuechentreff.de

MHK Group AG  
Im Gefierth 9 a, 63303 Dreieich  
Tel.: 06103/391-0, Fax: -119  
info@mhk.de, www.mhk.de

MZE Möbel-Zentral-Einkauf GmbH  
Lohweg 31, 85375 Neufahrn  
Tel.: 08165/95 26-0, Fax: 08165/620 30  
info@mze.de, www.mze.de

Pro Öko Servicegesellschaft  
ökologischer Einrichtungshäuser mbH  
Bahnhofstr. 31, 94032 Passau  
Tel.: 0851/98 84 67-00, Fax: -01  
info@pro-oeko.com  
www.oekocontrol.com

Union-Einkaufs-GmbH  
Kieshecker Weg 148, 40468 Düsseldorf  
Tel.: 0211/47 23 60, Fax: 418 00 34  
zentrale@union-moebel.de  
www.union-moebel.de

Wohn Partner  
Möbeleinkauf + Marketing GmbH  
Schulstr. 13 a, 94469 Deggendorf  
Tel.: 0991/29 09 44-0, Fax: -5  
info@wohn-partner.com  
www.wohn-partner.com

## GPK Adressen

### Partnerverbände

Bundesverband Glasindustrie e.V.  
Am Bonneshof 5, 40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/47 96 134, Fax: 95 13 751  
info@bvglas.de, www.bvglas.de

Europäischer Verband Lifestyle e.V. (EVL)  
Schlingener Str. 4, 86842 Türkheim  
Tel.: 08245/96 07 94  
info@forum-lifestyle.de  
www.forum-lifestyle.de

GGKA - Fachverband Gastronomie-  
und Großküchen-Ausstattung e.V.  
Frangenheimstr. 6, 50931 Köln  
Tel.: 0221/940 83-23, Fax: -90  
ggka@einzelhandel.de, www.ggka.de

Industrieverband Schneid- und  
Haushaltswaren e.V. (IVSH)  
Neuenhofer Str. 24, 42657 Solingen  
Tel.: 0212/226 73-0, Fax: -29  
info@ivsh.de

Verband der Keramischen Industrie e.V. (VKI)  
Schillerstr. 17, 95100 Selb  
Tel.: 09287/808-0, Fax: 704 92  
info@keramverband.de  
www.keramverbaende.de

Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH)  
Eichendorffstr. 3, 40474 Düsseldorf  
Tel.: 0211/470 50-0, Fax: -29  
zhh@zhh.de, 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  
Tel.: 0221/597 97-45, Fax: -18  
info@eis-verband.de, www.eis-verband.de

E/D/E Einkaufsbüro Deutscher  
Eisenhändler GmbH  
EDE-Platz 1, 42389 Wuppertal  
Tel.: 0202/60 96-0, Fax: -70714  
webkontakt@ede.de, www.ede.de

Egufer GmbH  
Von-Hünefeld-Str. 97, 50829 Köln  
Tel.: 0221/597 97-99, Fax: -21  
info@egufer.de, www.egufer.de

EK/servicegroup eG  
Elpke 109, 33605 Bielefeld  
Tel.: 0521/20 92-0, Fax: -166  
info@ek-servicegroup.de  
www.ek-servicegroup.de

H.B.O. System Center GmbH & Co. KG  
Dietrichsweg 64, 26127 Oldenburg  
Tel.: 0441/309 00-470, Fax: -570  
office@hbo-sc.com,  
www.hbo-systemcenter.com

Nordwest Handel AG  
Robert-Schumann-Str. 17, 44263 Dortmund  
Tel.: 0231/22 22-3001, Fax: -3099  
info@nordwest.com, www.nordwest.com

WHB - Ware Handel Beratung GmbH  
Elpke 109, 33605 Bielefeld  
Tel.: 0521/926 31 81-0, Fax: -9  
info@verband-whb.de, www.verband-whb.de



# HBS Adressen

## forum bürowirtschaft

3M Deutschland GmbH  
Carl-Schurz-Str. 1, 41453 Neuss  
Tel.: 02131/14-0, Fax: -2649  
Innovation.de@mmm.com, www.3m.com

A.W. Faber-Castell Vertrieb GmbH  
Nürnberger Str. 2, 90546 Stein  
Tel.: 0911/99 65-0, Fax: -856  
webmaster@faber-castell.de  
www.faber-castell.de

ABC-Karten A. Boss + Co AG  
Grubenstr. 22, CH-3322 Schönbühl  
Tel.: 0041/318 59-6111, Fax: -2985  
info@abc-cards.ch, www.abc-cards.ch

Adveo Deutschland GmbH  
Gretlade 1, 31319 Sehnde-Höver  
Tel.: 05132/929-0, Fax: -444  
info.de@adveo.com, www.adveo.de

Avery Zweckform GmbH  
Miesbacherstr. 5, 83626 Oberlaindern  
Tel.: 08024/641-0, Fax: -56 11  
info@avery-zweckform.com  
www.avery-zweckform.com

Baier & Schneider GmbH & Co. KG  
Wollhausstr. 60-62, 74072 Heilbronn  
Tel.: 07131/886-0, Fax: -200  
info@brunnen.de, www.brunnen.de

BFL Leasing GmbH  
Hauptstr. 131-137, 65760 Eschborn  
Tel.: 06196/99-50, Fax: -51 86  
info@bfl.de, www.bfl-leasing.de

C. Josef Lamy GmbH  
Grenzhöfer Weg 32, 69123 Heidelberg  
Tel.: 06221/843-0, Fax: -132  
info@lamy.de, www.lamy.de

Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG  
Westfalenstr. 77-79, 58636 Iserlohn  
Tel.: 02371/662-0, Fax: -221  
durable@ durable.de, www.durable.de

Eastern Graphics GmbH  
Albert-Einstein-Str. 1, 98693 Illmenau  
Tel.: 03677/67 82-0, Fax: -50  
info@easterngraphics.com  
www.easterngraphics.com

Edding Vertrieb GmbH  
Bookkoppel 7, 22926 Ahrensburg  
Tel.: 04102/808-0, Fax: -169  
info@edding.de, www.edding.de

Fellowes GmbH  
Fliegerstr. 1, 30179 Hannover  
Tel.: 0511/545 489-0, Fax: -66  
cs-germany@fellowes.com, www.fellowes.de

Filofax GmbH  
Am Kronberger Hang 3, 65824 Schwalbach  
Tel.: 06196/88 92-0, Fax: -22  
info@filofax.de, www.filofax.de

HSM GmbH + Co. KG  
Austr. 1-9, 88699 Frickingen  
Tel.: 07554/21 00-0, Fax: -160  
info@hsm.eu, www.hsm.eu

Konica Minolta Business Solutions  
Deutschland GmbH  
Europaallee 17, 30855 Langenhagen  
Tel.: 0511/74 04-620, Fax: -622  
info@konicaminolta.de, www.KonicaMinolta.de

König + Neurath AG Büromöbel-Systeme  
Industriestr. 1-3, 61184 Karben  
Tel.: 06039/483-0, Fax: -214  
info@koenig-neurath.de  
www.koenig-neurath.de

Kores Deutschland GmbH  
Rudolf-Diesel-Str. 19  
41569 Rommerskirchen  
Tel.: 02183/43 08-10, Fax: -15  
info@kores.de, www.kores.de

Kyocera Document Solutions  
Deutschland GmbH  
Otto-Hahn-Str. 12, 40670 Meerbusch  
Tel.: 02159/918-400, Fax: -128  
www.kyoceradocumentsolutions.de

Montblanc Deutschland GmbH  
Hellgrundweg 100, 22525 Hamburg  
Tel.: 040/840 01-0, Fax: -320  
service@montblanc.de, www.montblanc.de

NWL Hamburg Services GmbH  
Albert-Einstein-Ring 17, 22761 Hamburg  
Tel.: 040/85 55-0, Fax: -500  
www.newellrubbermaid.com

Pagna GmbH & Co. KG  
Rosenburger Weg 81, 39249 Barby  
Tel.: 02371/97 40-23, Fax: -20  
info@pagna.de, www.pagna.de

PBS Deutschland Dienstleistungs GmbH  
Im Kleinfeld 28, 31275 Lehrte/Ahlten  
Tel.: 05132/86 44-0, Fax: -160  
info@pbsdeutschland.de  
www.pbsdeutschland.de

Pelikan Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG  
Werftstr. 9, 30163 Hannover  
Tel.: 0511/69 69-0, Fax: -199  
info@pelikan.com, www.pelikan.com

Schneider Schreibgeräte GmbH  
Schwarzenbach 9, 78144 Schramberg  
Tel.: 07729/888-0, Fax: -88  
info@schneidermail.de, www.schneiderpen.de

Stabilo International GmbH  
Schwanweg 1, 90562 Heroldsberg  
Tel.: 0911/567-0, Fax: -4444  
info@stabilo.com, www.stabilo.com

Staedtler Mars Deutschland GmbH  
Moosackerstr. 3, 90427 Nürnberg  
Tel.: 0911/93 65-0, Fax: -400  
info@staedtler.de, www.staedtler.de

Tesa SE  
Quickbornstr. 24, 20253 Hamburg  
Tel.: 040/49 09-101, Fax: -6060  
www.tesa.de

THS Team Hell & Schulte  
Ihmerter Str. 255, 58675 Hemer-Ihmert  
Tel.: 02372/55 49-0, Fax: -55  
info@ths-hemer.de, www.ths-hemer.de

UHU GmbH & Co. KG  
Herrmannstr. 7, 77815 Bühl  
Tel.: 07223/284-0, Fax: -240  
info@uhu.de, www.uhu.de

Wegscheider Office Solution GmbH  
Kirchenplatz 3, 91093 Heßdorf  
Tel.: 09135/21 11-0, Fax: -100  
info@wegscheider-os.de  
www.wegscheider-os.de

## Verbundgruppen + Leasinggesellschaften

BFL Leasing GmbH  
Hauptstr. 131 - 137, 65760 Eschborn  
Tel.: 06196/99-50, Fax: -5186  
info@bfl.de, www.bfl-leasing.de

EK/servicegroup eG  
Elpke 109, 33605 Bielefeld  
Tel.: 05 21/20 92-168, Fax: -99 3868  
info@ek-servicegroup.de  
www.ek-servicegroup.de

Büroring eG Einkaufs- und  
Marketing-Kooperation  
Siemensstr. 7, 42781 Haan  
Tel.: 02129/5571-100, Fax: -112  
info@bueroring.de, www.bueroring.de

duo schreib & spiel  
Verwaltungsgesellschaft mbH  
& Co. Vertriebs KG  
Wilhelm-Kabus-Str. 75, 10829 Berlin  
Tel.: 030/54 70 70-400, Fax: -447  
info@duo-shop.de, www.duo-shop.de

EGROPA Einkaufsgenossenschaft der  
Großhändler Papier und Schreibwaren e.G.  
Heilbronner Str. 21, 74232 Abstatt  
Tel.: 07062/915 80-26, Fax: -28  
info@egropa.de, www.egropa.de

InterES Handels- und  
Dienstleistungs GmbH & Co. KG  
Edisonstr. 15, 90431 Nürnberg  
Tel.: 0911/61 30 42, Fax: -6250  
info@inter-es.de, www.inter-es.de

PRISMA Fachhandels AG  
Dieselstr. 12-14, 42781 Haan  
Tel.: 02129/55 71-601, Fax: -699  
info@prisma.ag, www.prisma.ag

Soennecken eG  
Soennecken-Platz, 51491 Overath  
Tel.: 02206/607-0, Fax: -109  
info@soennecken.de, www.soennecken.de

## Partnerverbände und Institutionen der Bürowirtschaft

Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten (AVG)  
Haarer Str. 5, 85640 Putzbrunn  
Tel.: 089/46 20 51-55, Fax: -57  
info@avgcard.de, www.avgcard.de

BITKOM - Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.  
Albrechtstr. 10, 10117 Berlin  
Tel.: 030/275 76-0, Fa : -400  
bitkom@bitkom.org, www.bitkom.org

Bundesarbeitsgemeinschaft für Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit (Basi) e.V.  
Alte Heerstr. 111, 53754 Sankt Augustin  
Tel.: 02241/231-60 00, Fax: -61 11  
basi@hvb.de, www.basi.de

Büropa-Stiftung im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
Barkhoven Allee 1, 45239 Essen  
Tel.: 0201/84 01-0, Fax: -301  
mail@stifterverband.de, www.stifterverband.de

Deutsches Netzwerk Büro e.V. (DNB)  
c/o Kooperationsstelle Hamburg IFE  
Humboldtstr. 67 a, 22083 Hamburg  
Tel.: 040/48 40 10-200, Fax: -299  
info@dnb-netz.de, www.dnb-netz.de

IAO - Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation  
Nobelstr. 12, 70569 Stuttgart  
Tel.: 0711/970-20 00, Fax: -22 99  
www.iao.fraunhofer.de

iba - Industrieverband Büro und Arbeitswelt e.V.  
Bierstadterstr. 39, 65189 Wiesbaden  
Tel.: 0611/17 36-0, Fax: -20  
info@iba.online, www.iba.online

Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie e.V. (GKV)  
Kaiser-Friedrich-Promenade 43  
61348 Bad Homburg  
Tel.: 06172/92 66 61, Fax : 06172/92 66 74  
info@gkv.de, www.gkv.de

Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung e.V. (HPV)  
Chausseestr. 22, 10115 Berlin  
Tel.: 030/247 81 83-0, Fax : 030/247 81 83-40  
info@hvp-ev.org, www.hvp-ev.org

Industrieverband Schreiben, Zeichnen, Kreatives Gestalten e.V. (IVSZ)  
Praterstr. 34, 90429 Nürnberg  
Tel.: 0911/272 29-0, Fax : 0911/272 29-11  
info@ewima-isz.de, www.ewima-isz.de

PBS Network GmbH  
Rosensteinstr. 9, 70191 Stuttgart  
Tel.: 0711/128 58-0, Fax : 0711/128 58-19  
info@pbsnetwork.de, www.pbsnetwork.de

Verband der PBS-Markenindustrie e.V.  
Leostr. 22, 40545 Düsseldorf  
Tel.: 0211/57 73 91-12, Fax: -10  
pbs-markenindustrie@fmi.de  
www.pbs-markenindustrie.de

Verband Deutscher Papierfabriken e.V.  
Adenauerallee 55, 53113 Bonn  
Tel.: 0228/2 67 05-0  
info@vdp-online.de, www.vdp-online.de

Verband Hobby-Kreativ e.V.  
Initiative Hobbykreativ  
Ringstr. 33a, 92318 Neumarkt  
Tel.: 09181/50 91-219, Fax: -220  
info@verband-hobby-kreativ.de  
www.initiative-hobbykreativ.de

Wirtschaftsverbände Papierverarbeitung (WPV) e.V.  
Hilpertstr. 22, 64295 Darmstadt  
Tel.: 06151/870 32-12, Fax: -29  
info@wpv-ev.de, www.wpv-ev.de

## BFT Branchenadressen

Bundesverband Großhandel Heim & Farbe (GHF)  
Memeler Str. 30, 42781 Haan  
Tel.: 02129/557 09-0, Fax: -9  
info@ghf-online.de, www.ghf-online.de

Decor-Union  
Einkauf und Service GmbH  
Brüsseler Str. 3, 30539 Hannover  
Tel.: 0511/87 89-0, Fax: -299  
info@decor-union.de, www.decor-union.de

EUCA European Carpet Importers Association  
Papenreye 61 Workport Unit 3, 22453 Hamburg  
Tel.: 040/511 60-77, Fax: -78  
info@euca.de, www.euca.de

Farbe - Ausbau & Fassade  
GHM Gesellschaft für Handwerksmessen mbH  
Willy-Brandt-Allee 1, 81829 München  
Tel.: 089/18 91 49-0, Fax: -239  
kontakt@ghm.de, www.faf-munich.com

FEB Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge  
Jahnstr. 57, 48147 Münster  
Tel.: 0251/87 14-9147, Fax: -9148  
info@feb-ev.com, www.feb-ev.com

FHR Fachhandelsring GmbH  
Am Pfaffensee 4, 67376 Harthausen  
Tel.: 06344/95 33-0, Fax: -90  
info@fhr-verbund.de  
www.fhr-gruppe.de

GUT Gemeinschaft umweltfreundlicher Teppichboden  
Schönebergstr. 2, 52068 Aachen  
Tel.: 0241/96 84-31, Fax: -3400  
mail@gut-ev.de, www.gut-ev.de

R + T  
Landesmesse Stuttgart GmbH  
Messepiazza 1, 70629 Stuttgart  
Tel.: 0711/185 60-0, Fax: -2440  
info@messe-stuttgart.de  
www.messe-stuttgart.de/rt

Südbund Einkaufsverband für Heimtextilien eG  
Welzheimer Str. 6, 71522 Backnang  
Tel.: 07191/801-0, Fax: -240  
suedbund@suedbund.de, www.suedbund.de

TFI - Institut für Bodensysteme an der RWTH Aachen  
Charlottenburger Allee 41, 52068 Aachen  
Tel.: 0241/96 79-00, Fax: -200  
postmaster@tfi-online.de, www.tfi-online.de

vdp - Verband der Deutschen Parkettindustrie  
Flutgraben 2, 53604 Bad Honnef  
Tel.: 02224/93 77-44, Fax: -77  
info@parkett.de, www.parkett.de

Verband der Deutschen Tapetenindustrie VDT  
Berliner Allee 61, 40212 Düsseldorf  
Tel.: 0211/86 28 64-10, Fax: -13  
info@tapeten.de, www.tapeten.de

Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie  
Mainzer Landstr. 55, 60329 Frankfurt  
Tel.: 069/25 56-1411, Fax: -1358  
vdl@vci.de, www.lackindustrie.de

ViS Verband innenliegender Sicht- und Sonnenschutz  
Hans-Böckler-Str. 205, 42109 Wuppertal  
Tel.: 0202/75 97-70, Fax: -97  
info@vis-online.org, www.vis-online.org

Wotex GmbH  
Pappelweg 11, 66578 Heiligenwald  
Tel.: 06821/96 14-0, Fax: -60  
info@wotex.de, www.wotex.de

Zentralverband Raum und Ausstattung (ZVR)  
Luxemburger Str. 107, 50939 Köln  
Tel.: 0221/99 53 53-0, Fax: -16  
mail@zvr.de, www.zvr-info.de





Damit Ihre Arbeitsplätze nicht unbesetzt bleiben

### Werden Sie Ausbildungspartner der MÖFA!



Staatl. gepr.

- **Einrichtungsfachberater/in** 2 Sem.
- **Küchenfachberater/in** 2 Sem.
- **Betriebswirt/in** Fachrichtung Möbelhandel 4 Sem.
- **Duales Fachschulstudium**  
für Schulabgänger mit Abi oder FHR:  
Kauffrau/-mann im Einzelhandel  
plus Staatl. gepr. Betriebswirt/in 6 Sem.

Fordern Sie unseren Studienführer an  
oder besuchen Sie uns.  
Jederzeit individuelle Beratung  
nach Vereinbarung.



## FACHSCHULE DES MÖBELHANDELS



Frangenheimstraße 6 · 50931 Köln  
Tel. 02 21 - 940 13 - 0 · info@moefa.de · www.moefa.de

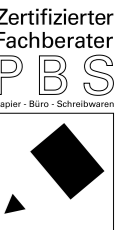
# Zertifizierter Fachberater PBS

## – Produkte kennen und verkaufen

- Warendkunde und Verkaufstraining für Laden und Strecke
- Online lernen und an vier Praxistagen gemeinsam vertiefen
- Produktwissen anhand konkreter Verkaufssituationen mit echten Produkten
- Überzeugungskraft und Souveränität im Verkauf

### Weitere Infos unter:

Tel. 0221/940 83 30  
hbs@wohnenundbuero.de  
www.fachberater-pbs.de



Neuer Kurs 2018 in Köln  
Kurszeitraum: Januar - November 2018