

Würzburg, den 14.10.2009

Liebe Leserinnen und Leser,

heute erhalten Sie die 9. Ausgabe unseres Newsletters im Jahr 2009 mit den neuesten Infos und Meldungen zur deutschen Ladenbaubranche! Themen diesmal sind:

1. **Bio-Branche: sinkende Umsätze; Alnatura setzt auf umweltfreundlichen Ladenbau**
2. **PBS-Markt: moderate Umsatzsteigerung**
3. **Sport und Outdoor: Wachstum ungebremst**
4. **Lebensmittelhandel: Umsatzrückgang**
5. **Online-Handel: der Wachstumstreiber ist die Mode**
6. **Möbelmarkt: Deutschland ist Europameister!**
7. **Termine – Seminare, Messen und Veranstaltungen**

Zu den einzelnen Themen:

1. **Bio-Branche: sinkende Umsätze; Alnatura setzt auf umweltfreundlichen Ladenbau**
Nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ist der Umsatz auf dem gesamten Biomarkt im ersten Halbjahr 2009 um 4 % zurückgegangen. Davon unbeeindruckt zeigt sich die deutsche Bio-Supermarktkette Alnatura, die vor wenigen Tagen in Berlin die 51. Filiale eröffnet hat. Alnatura plant auch in Zukunft acht bis zwölf neue Märkte im Jahr und setzt so auf Wachstum. Nach Angaben von Götz Rehn, Geschäftsführer von Alnatura, investiert das Unternehmen in umweltfreundliche Ladengestaltung: Glastüren vor den Kühlregalen, die Strom einsparen sollen. Auch bei den Baumaterialien achtet Alnatura auf Umweltverträglichkeit: Der Boden besteht aus Natursteinfliesen, die Wände sind mit Naturfarben gestrichen und die wellenförmigen Deckenverkleidungen aus recyceltem Aluminium hergestellt.
2. **PBS-Markt: moderate Umsatzsteigerung**
Der PBS-Markt konnte das Jahr 2008 mit einer moderaten Umsatzsteigerung von 1,1 % abschließen. Erwartungsgemäß lag das Ergebnis unter den hohen Vorgaben aus den Jahren 2006 und 2007. Das berichtet das Beratungsunternehmen BBE Retail Experts. Die aktuelle Marktgröße schätzen die Experten auf 16,8 Milliarden Euro, wovon ein Drittel den privaten Haushalten zugerechnet wird. Der hohe Anteil der privaten Verwender werde sich zukünftig stabilisierend auswirken, denn viele öffentliche und private Unternehmen sparen bei Produkten der Bürowirtschaft.
3. **Sport und Outdoor: Wachstum ungebremst**
Der Markt für Outdoor-Bekleidung wächst auch im Krisenjahr 2009. Nach Angaben der FAZ gehört die Outdoor-Bekleidung zu den wenigen Konsumartikeln, die Jahr für Jahr stärker nachgefragt werden. Allein in Deutschland setzt die Branche inzwischen ca. 1,5 Milliarden Euro um, in Europa sind es 6 bis 7 Milliarden Euro. Der Trend zum aktiveren Leben ist durch die Krise nicht unterbrochen, sagt Manfred Hell, Chef des europäischen – und natürlich deutschen – Marktführer Jack Wolfskin. Der Branchenprimus hat in Deutschland 174 Geschäfte, knapp 30 mehr sollen es Ende 2009 sein. In China sind 25 Läden geplant, 42 Filialen gibt es dort schon. Die Einkaufs- und Marketing-Verbundgruppe Sport 2000 meldet eine Umsatzsteigerung um 6,2 % für das erste Halbjahr 2009 unter ihren ca. 3.000 Handelspartnern. Das Segment Outdoor hat in den ersten sechs Monaten des Jahres um 17,3 % zugelegt.
4. **Lebensmittelhandel: Umsatzrückgang**
Aufgrund niedriger Preise sank der Umsatz im deutschen Lebensmittelhandel bis Juli um 1,8 %. Die Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie befürchtet eine weitere Verbilligung der Lebensmittel und macht dafür den Preisdruck durch die Händler verantwortlich. Das sei eine Folge des Verdrängungswettbewerbs im Handel. Ihren Marktanteil ausbauen konnten die Discounter und die großen Verbrauchermärkte, während die kleinen Supermärkte Einbußen erlitten. Der Bundesverband des deutschen Lebensmittelhandels sieht dagegen Preissteigerungen bis Ende 2009 aufgrund der wieder steigenden Rohstoffpreise und der Stabilisierung an den Weltmärkten. Die Strukturen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels sowie Daten und Fakten sind nachzulesen in „TOP-Firmen 2010“, dem Standardwerk der Nielsen Trade Dimensions, zu beziehen bei www.tradedimensions.de.

5. Online-Handel: der Wachstumstreiber ist die Mode

Der Online-Handel boomt. Laut der Verbraucherstudie „Distanzhandel in Deutschland 2009“ wird der Versandhandel in diesem Jahr über 50 % seiner Erlöse online erwirtschaften. Im Vergleich zum Vorjahr konnte der Online-Handel 2008 um insgesamt 15 % zulegen. Die umsatzstärkste Warengruppe im Internet ist die Kategorie Mode. Insgesamt geben die Deutschen rund 4,6 Mrd. Euro (Vorjahr: 3,9 Mrd. Euro) für Bekleidung, Textilien und Schuhe am Bildschirm aus. Das entspricht einem Zuwachs von 18,2 %. Die Aussichten für den Online-Handel bleiben gut, so der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh).

6. Möbelmarkt: Deutschland ist Europameister!

Mit rund 30 Milliarden Euro Marktvolumen stellt Deutschland den absolut größten Möbelmarkt in Europa. Zudem gab mit 362 Euro jeder der 82 Mio. im europaweiten Vergleich viel Geld für Einrichtungsgegenstände aus. Das berichtet der HDH/VDM in seinem aktuellen Wirtschaftsreport. Danach folgen die Österreicher mit 360 Euro Ausgaben pro Einwohner, gefolgt von den Schweden mit 350 Euro. Schlusslicht ist Serbien mit 38 Euro pro Einwohner. Im Zeitraum Januar bis Juli sanken die Umsätze der Möbelindustrie um insgesamt 13 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Erste Erholungen sieht der HDH/VDM bei den Möbelexporten.

7. Termine – Seminare, Messen und Veranstaltungen

21. bis 22. Oktober 2009 / Köln – Living

Jahreskongress für den Möbelhandel sowie seine Partner in Deutschland. Themen sind unter anderem die zukünftigen Formate im Möbelhandel, wie man sich erfolgreich im Möbelhandel positioniert sowie die Nachhaltigkeit als neuer Wettbewerbsfaktor in der Möbelbranche.

Weitere Infos finden Sie unter: www.managementforum.com/living

23. bis 27. Oktober 2009 / Mailand, Italien – Shop Project; fieramilano

Internationale Ladenbaumesse "World Shopfitting Exhibition Shop Project"
Fachmesse für Ladenbau, Visual Merchandising sowie Store Planning

Weitere Infos finden Sie hier: www.shopproject.fieramilanoexprocts.it

28. bis 29. Oktober 2009 / Düsseldorf – Energiemanagement im Einzelhandel

Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauches stehen im Handel auf der Projektliste ganz oben. An zwei Tagen diskutieren Experten aus dem Handel und der Industrie zum Thema im Maritim Hotel in Düsseldorf. Infos unter www.ehi.org

29. bis 30. Oktober 2009 / Wiesbaden – Deutscher Fachmarkt-Immobilienkongress 2009

Bei diesem 1. Top-Jahresevent für die Fachmarktbranche in Deutschland treffen erstmals die entscheidenden Player dieses Marktes zusammen, um die Zukunftsperspektiven der „grünen Wiese“ in Deutschland zu diskutieren. Es findet eine begleitende Fachausstellung statt.

Weitere Infos finden Sie hier: www.conferencegroup.de

4. und 5. November 2009 / Düsseldorf – Deutscher Modehandelskongress 2009 – Effizienztag Mode 2009

Werfen Sie einen Blick in die Zukunft. Erhalten Sie als erste die Ergebnisse der großen TW-Studie Outlook 2010. Erfahren Sie, was die Branche aktuell beschäftigt, was auf uns zukommt und mit welchen Strategien die Unternehmen ins nächste Jahr gehen.

Weitere Infos unter: www.TextilWirtschaft.de/DMHK2009

12. November 2009 / Zürich – Shopping Center Forum & Swiss Council Congress

Es werden die neuesten Trends, die härtesten Fakten rund um das Themas "Faszination Shopping Center" vorgestellt. Zusätzliche Infos finden Sie unter: <http://www.sc-forum.ch/>

10. und 11. November 2009 / Düsseldorf – VDI-Fachtagung „Innovative Beleuchtung mit LED“

Der VDI bietet interessante Beiträge zu Themen wie „Neue Wachstumsmärkte von LEDs, Leuchtenentwicklung mit LEDs, Förderprogramme, Technologischer Fortschritt und besondere Herausforderungen des Consumermarktes“. Weitere Infos unter www.led-tagung.de

10. bis 13. November 2009 / Moskau, Interlight Moscow

Internationale Fachmesse für Beleuchtung, Lichttechnik & Intelligente Gebäudetechnik.

Weiter Infos finden Sie unter: www.interlight-moscow.com

14. bis 17. November 2009 / Dubai, UAE – InRetail und Index 2009; Dubai International Exhibition Center

Index: Internationale Fachmesse für Möbel, Inneneinrichtung und Retail Design

InRetail: Internationale Fachmesse für Planung, Erstellung, Ausstattung und Verwaltung von Einkaufszentren, Systemlösungen u. Dienstleistungen im Ladenbau

Weitere Infos finden Sie hier: www.indexexhibition.com

17. und 18. November 2009 / Wiesbaden, Läden 2009

Zum 1. Mal findet der Internationale Flagship Store-Kongress im Dorint Hotel in Wiesbaden statt. Top-Themen sind u. a.: Retail Space in the 21th Century, Customer Driven Store Design, Pop up Stores, High Performance Stores. Weitere Infos finden Sie hier: www.conferencegroup.de

!! der dlV stellt aus !!

18. und 19. November 2009 / Berlin, Deutscher Handelskongress

Unter dem Thema „Handel(n) unter neuen Vorzeichen – Strategische Neuausrichtung – Grundstein für zukünftigen Erfolg“ findet der Deutsche Handelskongress statt. Einen Höhepunkt des Kongresses bildet die Verleihung des „Deutschen Handelspreises 2009“ und des „Deutschen Lifetime Awards des Handels 2009“.

24. und 25. November 2009 / Köln, 5. EHI-Fachkongress Marketing

Unter dem Motto „Zeiten des Aufbruchs! – GUTE ZEITEN fürs Marketing im Handel“ findet der 5. EHI-Fachkongress Marketing in Köln statt. Mit mehr als 200 Teilnehmern ist dieser Marketing-Fachkongress die führende Veranstaltung für alle Marketingexperten des Handels und ihrer Dienstleistungspartner.

Weitere Informationen unter: www.ehi.org

25. und 26. November 2009 / Dresden, Deutscher Marken- und Designkongress 2009

Der Rat für Formgebung lädt zum ersten Kongress dieser Art ein. Experten erläutern, wie eine starke Markenpositionierung im Luxussegment geschaffen werden kann und so die Grundlagen für dauerhafte Wettbewerbsvorteile entstehen. Informationen unter www.german-design-council.de

1. und 2. Dezember 2009 / München, trendforum 2009

In der BMW Welt München veranstaltet das management forum starnberg ein Business-Symposium für Trendforschung, Innovationsmanagement und Trendmarketing. Weiteres unter www.trendforum.info

Der dlV möchte Ihnen Informationen anbieten, die für Sie interessant und relevant sind. Falls Sie künftig keine weiteren Informationen von uns erhalten möchten, kontaktieren Sie uns bitte formlos!

ANZEIGE

Optix – Ein Soft-Signage-System

Bei Optix handelt es sich um ein robustes Rahmensystem aus Aluminium, das als Träger für Soft-Signage-Displays dient. Das flexible System bietet dem Kunden die Möglichkeit, individuell bedruckte Stoffe aufzuziehen und schnell und einfach wieder zu wechseln. Ein steckbarer Montagestreifen sorgt für die unkomplizierte Handhabung. Die Optix-Rahmen können entweder an der Decke, an der Wand oder an speziellen Halterungen montiert werden. Je nach Verwendungszweck können die Soft-Signage-Displays dann ein- oder doppelseitig angebracht werden.

Für mehr Informationen besuchen Sie bitte unsere Homepage: www.cu31c.de

Kunststoff-Designbodenbeläge für individuellen Ladenbau

PROJECT FLOORS bietet mit seinen Kollektionen PREMIUM und MEDIUM die ideale Grundlage für ein ansprechendes und einzigartiges Shopdesign. Die authentischen Nachbildungen von Holzplanken und Steinfliesen sind sowohl in der Optik als auch in der Haptik kaum vom Original zu unterscheiden, bringen durch ihre Belastbarkeit und einfache Reinigung aber wesentliche Vorteile mit.

Mehr unter www.project-floors.com.