HWB Handelsverband Wohnen und Büro

Info Wohnen und Büro

IWB Nr.47 | 04.12.2023

Informationen der Handelsverbände Wohnen und Büro (HWB) ◆ Büro und Schreibkultur (HBS) ◆ Koch- und Tischkultur e.V. (GPK) ◆ Möbel und Küchen (BVDM)

Inhalt

GPK+BVDM: Erster Butlers-Shop im XXXLutz Mannheim

BVDM: imm cologne 2024 - Trends der kommenden Einrichtungssaison

GPK: Winter-Nordstil 2024: Jubiläum mit spannenden Ausstellern und neuen Highlights // Gutscheincodes für HWB-Mitglieder

BVDM: Umsatzrekord bei moebel.de

GPK: Die Highlights der Christmasworld 2024

HWB: Einzelhandelsumsatz im Oktober 2023 um 1,1 % höher als im Vormonat

HWB: Preiserwartungen gehen in konsumnahen Branchen weiter zurück

HWB: Geschenke werden teurer – Konsumenten erhöhen Weihnachtsbudget

HWB: Wo die Deutschen nach Geschenken suchen

GPK+BVDM

Erster Butlers-Shop im XXXLutz Mannheim

Mit Butlers kommt eine weitere Marke unter das Dach der XXXLutz Möbelhäuser: Auf einer Fläche von rund 100 m^2 zeigt Butlers fortan Geschenkideen und Accessoires für die eigenen vier Wände beim XXXLutz-Möbelhaus in der Mannheimer Spreewaldallee. Während dies in Deutschland die Premiere der neuen Kooperation ist, gibt es weitere Shop-in-Shop-Konzepte bei XXXLutz in Wien und Brunn. Weitere Butlers -Shops sollen sukzessive folgen.

Damit bietet XXXLutz mit der Lifestyle-Marke, die ihren Ursprung in Köln hat, fortan seinen Kundinnen und Kunden im neuen Ambiente noch mehr

Auswahl rund um den gedeckten Tisch, das Dekorieren, Kochen, Schenken und Wohnen. Los geht's im Sortiment mit Artikeln für 2,49 €. Butlers ist durch die Zugehörigkeit zu home24 fester Teil der XXXLutz Familie. In Mannheim wartet Butlers zum Start der Partnerschaft mit einem breiten Weihnachtssortiment auf.

BVDM

imm cologne 2024 - Trends der kommenden Einrichtungssaison

Zu Beginn des neuen Jahres präsentiert Deutschlands größte Interior-Messe die Trends der kommenden Einrichtungssaison und wird erneut zum wichtigen Treffpunkt für die internationale Einrichtungsszene. Unter ihrem Leitthema „Connecting Communities" lädt die Messe zum Entdecken der neuen Kollektionen und Produktinnovationen, zum Austausch von Ideen und Trends und zum Knüpfen und Pflegen von Kontakten ein.

Vom 14. bis 18.01.2024 kehrt die imm cologne zu ihrem fest etablierten Termin zurück. Mit neuen, innovativen Formaten will die Messe die Vielfalt des Wohnens und Einrichtens noch stärker in den Fokus rücken. Unter dem Motto „The Circles" erwartet die Messeteilnehmenden ein breites Angebot an neu gestalteten Content- und Eventplattformen.

Auf der imm cologne 2024 zeichnet sich ein Wandel in der Wohnkultur ab: Traditionelle Grenzen zwischen Wohnbereichen verschwinden, das Zuhause verwandelt sich in einen vielseitigen Raum, der nicht nur als Wohn-, sondern auch als Arbeitsraum fungiert. Das Badezimmer wird zum privaten Spa, die Küche zum „Indoor Garden" und der Garten zum erweiterten „grünen Wohnzimmer". Zahlreiche Aussteller präsentieren innovative Lösungsansätze, darunter multifunktionale Möbel für Wohn- und Arbeitsräume, wetterfeste Sofas für den Innen- und Außenbereich sowie flexible, modulare Einrichtungskonzepte für unterschiedliche Platzverhältnisse und Budgets.

Nachhaltiges Wohnen bleibt ein zentrales Thema auf der imm cologne. Die Einrichtungsbranche setzt verstärkt auf Produktkreisläufe, um die Nutzung und Lebensdauer von Möbeln zu optimieren. Kreislauffähige Tische, Stühle und Sofas aus wiederverwendeten Reststoffen oder Bio-Materialien werden vermehrt in den Markt eingeführt. Umweltzertifikate bieten Orientierung bei

der Auswahl nachhaltiger Möbel und berücksichtigen neben ökologischen Faktoren auch Aspekte wie Wohngesundheit.

Themen wie Nachhaltigkeit, Kreislauffähigkeit und Langlebigkeit beeinflussen nicht nur die Auswahl der Möbel, sondern prägen auch deren Farben und Formen. Derzeit im Trend liegen natürliche Farbtöne wie Algen- oder Erdfarben. Die Integration von natürlichen oder der Natur nachempfundenen Materialien sowie die großzügige Verwendung von Grünpflanzen verleihen der Einrichtung eine erfrischende Natürlichkeit. Abgerundet wird dieser Ansatz durch weiche, organisch inspirierte Formen in der Möbelgestaltung.

In Zeiten der Unsicherheit gewinnt die Sehnsucht nach Rückzug und Geborgenheit an Bedeutung. Eine ruhige und taktile Gestaltung fördert ein entspanntes Wohnumfeld. Der aktuelle Einrichtungstrend setzt dabei auf sinnlich ansprechende Stoffe, Muster und Texturen sowie auf Materialien wie Holz, Leder und Naturstein, die vermehrt auf Möbeloberflächen zum Einsatz kommen. Die Räume, die durch diese Gestaltung entstehen, strahlen Wärme, Erdung und Verbundenheit aus.

Das aktuelle Lebensgefühl spiegelt sich in einem Wunsch nach Einfachheit wider, was sich in einer Verschlankung der Einrichtung widerspiegelt. Neue Möbel setzen verstärkt auf das Prinzip des Weglassens. Durch ihre kompakten Maße und schlichten Formen finden grazile und minimalistische Stühle, Tische und Sofas überall ihren Platz. Minimalistisches Design steht nicht nur für Zurückhaltung, sondern auch für zeitlose Eleganz. Ein positiver Nebeneffekt ist die Ressourceneinsparung, ohne Abstriche bei der Qualität.

Entgegen dem zurückhaltenden Minimalismus und den natürlich wirkenden Erdtönen setzen kräftige Farben einen Gegentrend auf der imm cologne 2024. Ein fröhliches und lebendiges Ambiente soll in den eigenen vier Wänden Einzug halten. Farbtöne wie Rot, Gelb und Grün brechen bewusst mit der gedeckten Farbpalette vieler neuer Wohnkollektionen. Besonders Sessel und Sofas in auffälligen Farben stechen heraus und setzen individuelle Akzente. Diese fröhliche Gestaltungstendenz zieht sich durch sämtliche Bereiche des Interieurs und verbreitet eine positive Atmosphäre.

Interior-Enthusiasten haben im Januar in Köln die Möglichkeit, diese und weitere Trends zu entdecken. Die imm cologne 2024 markiert dabei einen Meilenstein in der fortlaufenden Reise hin zu einer neu konzipierten Messe. Die Veranstaltung bietet nicht nur Einblick in die Neuheiten und Innovationen in der Einrichtungswelt, sondern präsentiert auch ein überarbeitetes

Messeerlebnis, das die aktuellen Entwicklungen und Bedürfnisse der Branche widerspiegelt.

Interessierte Händler*innen, die noch kein Ticket besitzen haben die Möglichkeit, unter http://www.imm-cologne.de/messeeinladung kostenlos einen Gutscheincode für eine Besucherkarte zu generieren, der anschließend im Ticketshop eingelöst werden kann.

GPK

Winter-Nordstil 2024: Jubiläum mit spannenden Ausstellern und neuen Highlights // Gutscheincodes für HWB-Mitglieder

Nordstil, die beliebte Ordermesse im Norden feiert im kommenden Jahr ihr zehnjähriges Bestehen. Zur Winterausgabe vom 13. bis 15.01.2024 präsentieren sich zahlreiche Erstaussteller, starke Rückkehrer und neue Highlights auf dem Messegelände in Hamburg. Erstmals zur Winteredition führt die Nordstil das Special Interest Ethical Style ein und setzt damit einen klaren Fokus auf Nachhaltigkeit.

Zur Jubiläumsausgabe weht eine frische Brise durch die Hamburger Messehallen. Denn die Winter-Nordstil hält spannende Highlights und Neuerungen für Aussteller und Besucherinnen bereit:

Auf der Suche nach kreativen Designs, außergewöhnlichen Produkten und originellen (Zusatz-)Sortimenten wird das interessierte Messepublikum im A-Gelände fündig: Ob als Nordlicht oder als Mitglied im Village – in der Halle A3 präsentieren sich außergewöhnliche Manufakturen, innovative Start-ups und junge Talente.

Auch im B-Gelände wird einiges geboten: Branchenexperten laden zum Austausch und Wissenstransfer in das Nordstil Forum (Halle B1 EG) ein. Dort sind auch die Trendinseln zu finden, die mit kuratierten Ausstellerprodukten einen Ausblick auf die PoS-Trends für die kommende Saison geben. Direkt gegenüber locken die Buddelhelden mit originellen Spirituosen zum Probieren und Verweilen. Und das erfolgreiche Konzept des Anleger-Areals für alle Neuaussteller und Messerückkehrer geht in Halle B4 in die zweite Runde. Neue Marken und Rückkehrer warten nicht nur in den Sonderarealen der Nordstil.

Zur Jubiläumsausgabe zeigen sich zur Winter-Nordstil 2024 neue Marken und starke Rückkehrer in allen Produktbereichen. Alles rund um Haus & Garten gibt es in den Hallen A1 und A4 zu entdecken. Erstmals präsentieren sich in Halle A1 Det Gamle Apotek, die Gerberei Trautwein, I AM Interior sowie Ovation Outdoor mit Produkten, die drinnen wie draußen eine heimelige Atmosphäre schaffen. Nach längerer Messepause können hier auch wieder die Heitmann-Felle und Dekoratives aus der Ideenwerkstatt und von Mayer Chess geordert werden. Zudem erwarten die Besucher:innen in Halle A1 wieder Wohninspirationen im Skandi-Design von Ecofurn, Einrichtungsobjekte der Home Society und Kunsthandwerk für den Outdoorbereich von Vidroflor.

Neu in Halle A4 sind die Manufaktur Les Choses Simples mit naturnahen Produkten aus der Provence sowie das Studio Tinystories der niederländischen Künstlerin Tiny de Vries mit Illustrationen und Collagenkunst. In Halle A4 wieder dabei sind Lene Bjerre und Portmeirion, die Dekoratives für Drinnen ausstellen.

Im Bereich Stil & Design in den Hallen A3 und A4 gibt es kreative Neuaussteller mit knalligen Designs: Alles außer gewöhnlich sind die modischen Brillen von IZIPIZI. Die niederländische Keramikmanufaktur Storytiles präsentiert bunt bemalte Fliesen als individuellen Wandschmuck. Starke Marken wie Blomus, Bloomingville, Hock Design, Living by Colors und Werkhaus kehren ebenfalls auf die Nordstil zurück und machen mit ihren Sortimenten die Einrichtungstrends für die kommende Saison erlebbar.

In den Hallen B1 EG und B1 OG versammelt sich alles zu Küche & Genuss: Neue Marken wie Bake Affairs und Rückkehrer wie Horl und Victorinox lassen mit ihrem vielfältigen Angebot Genießer Herzen höherschlagen und versorgen Hobby- und Profiköche mit hochwertigen Accessoires und innovativen Kochutensilien.

Geschenke & Papeterie gibt es in den Hallen B1 EG bis B4 EG zu finden: Hier sind namhafte Unternehmen wie Avancarte und der Korsch Verlag, Lindauer Schreibgeräte, Nici und Rössler Papier wieder mit an Bord und präsentieren feine Papeterie und originelle Geschenkartikel.

Liebhaber für den Bereich Mode & Schmuck kommen in Halle B7 auf ihre Kosten: Erstmals funkeln die silbernen Schmuckstücke des Ausstellers Livinci auf der Nordstil und die seidigen Accessoires von Twillaby warten darauf, die Besucherinnen um den Finger wickeln. Bei Hamlet gibt es

hochwertige Geldbörsen und Taschen aus Leder zu entdecken und der Messerückkehrer Dieter Arlt bietet mit McBurn Accessories ausgefallene Kopfbedeckungen für jeden Anlass. Mit ihrem vielfältigen Angebot rund um textile Trendprodukte und schmückende Accessoires ist die Nordstil als Konsumgütermesse einzigartig in Deutschland.

Beginnend mit der Winterausgabe 2024 und damit zum 10-jährigen Jubiläum führt die Nordstil analog der Frankfurter Leitmessen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld erstmals das Special Interest Ethical Style ein – und rückt das Thema Nachhaltigkeit stärker als je zuvor in den Fokus. Das Special Interest kennzeichnet Aussteller mit besonders umweltfreundlichen und ethisch produzierten Produkten und führt gezielt Angebot und Nachfrage zusammen. Hersteller können sich noch bis zum 24.11.2023. bewerben.

Für alle interessierten Händler liegen dem Handelsverband Wohnen und Büro e.V. Gutscheincodes für einen Tagesbesuch der Messe vor. Bitte wenden Sie sich hierfür direkt per E-Mail an nora.rabah-martelock@hwb.online.

BVDM

Umsatzrekord bei moebel.de

Allzeithoch des Handelsumsatzes mit moebel.de: Rund um den Black Friday konnten die Partner von moebel.de mit einem um 150 % gesteigerten Außenumsatz einen deutlichen Zuwachs verzeichnen. War der Black Friday vor drei bis vier Jahren nur eine Randerscheinung im Möbelhandel, wurden dieses Jahr zahlreiche Marketing-Euros in Kampagnen & Co. gesteckt. Ein Teil des Werbebudgets der Händler floss auch in die Plattform moebel.de – mit einem der besten RoI in der Marketingkanallandschaft.

Dieses Ergebnis war zum Teil überraschend, da die konjunkturelle Lage unter Druck ist, aber gleichzeitig auch erwartet, da es in einer Online-Umfrage im November vor dem Black Friday zur Frage „Für Produkte welcher Kategorie interessieren Sie sich am Black Friday besonders?“ eine Überraschung gab. Obwohl die klassischen Konsumgüterkategorien die Plätze 1 (77 % Technik/Elektronik), 2 (55 % Mode) und 3 (35 % Sportartikel) unter sich ausmachten, rangierte die Kategorie Möbel und Einrichtung mit

34 % Interessensbekundung auf Platz 4 – vor Kosmetik, Spielzeug und Gesundheit.

GPK

Die Highlights der Christmasworld 2024

Die internationale Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck eröffnet Fachbesucher*innen mit ihrem einzigartigen Produktmix wirkungsvolle Gestaltungsmöglichkeiten, wie sie den Erlebnisfaktor am Point of Sale steigern und Kunden begeistern können. Emotionen bleiben hier der Schlüssel zum Erfolg – das zeigt die Christmasworld vom 26. – 30.01.2024 wie keine andere Konsumgüterfachmesse durch viele Inspirationsquellen, abwechslungsreiche Sortimente und ein Eventprogramm mit jeder Menge Experten*innen-Know-how.

Welche Farben, Formen und Designs zukünftig bei der festlichen Dekoration angesagt sind, erfahren Fachbesucher*innen im Foyer der Halle 4.1. Das Trendareal bietet einen Überblick über Ausstellerneuheiten, die das Stilbüro bora.herke.palmisano in drei Trendwelten inszeniert. Die Christmasworld Trends 24+ feiern Leichtigkeit, Optimismus und das Familiäre. Die drei Stilrichtungen AURA OF PROGRESS_visionary + elemental, QUALITY OF SILENCE_pure+familiar und SPIRIT OF CRAFT_bold+poetical vereinen natürliche Elemente und futuristische Innovationen sowie unkonventionelle Designs und traditionelles Handwerk.

Expert*innen unterschiedlichster Disziplinen bieten in der Conzoom Solutions Academy in Halle 4.0, Saal Europa aktuelles Branchen-Know-how mit Vorträgen zu vielfältigen Themen, die über den Tellerrand hinausschauen. Teilnehmende erhalten Antworten und Tipps für den Point of Sale von Morgen und die wichtigsten Marktentwicklungen und Metathemen der Konsumgütermessen wie Nachhaltigkeit, Design, Lifestyle, Future Retail und Digital Expansion of Trade.

Ein Must-See ist die Sonderausstellung Decoration Unlimited in Halle 5.1/6.1, Foyer. Unter dem neuen Motto „Mystic Vibes“ zeigt das Designerduo 2dezign um Rudi Tuinman und Pascal Koeleman, wie Unternehmen den Point of Sale in Szene setzen können: Das diesjährige Farbthema Grün weckt Assoziationen zu Frische und Fruchtbarkeit, Sicherheit und Harmonie.

Auch hier verwandeln Experten ausgewählte Ausstellerprodukte in eine Präsentation mit Wow-Effekt.

Ethical Style Spots –

Mit den Ethical Style Spots in Galleria 0/Foyer Halle 3 VIA finden Fachbesucher*innen Areale mit besonders nachhaltigen Ausstellerprodukten. Die Produkte der Ambiente und Creativeworld ergänzen die Inspirationsquelle und präsentieren die Vielfältigkeit und Bandbreite von Nachhaltigkeit – so regt die Sonderpräsentation zu neuen Sortimenten und Geschäftskontakten an.

In Zusammenarbeit mit dem Mittelstand-Digital Zentrum Handel entsteht eine neue Sonderpräsentation in Galeria 0. DigitalMobil Handel zeigt durch praktische Beispiele, wie Digitalisierung im Handel umgesetzt werden kann. Fachbesucher*innen können eine Vielzahl an anwendungsorientierten Beispielen wie virtuelle Produktregale, intelligente Spiegel und vieles mehr erwarten.

Ausgezeichnete Geschäftspartner: Mit den drei Special Interest-Markierungen Concept Decorations, Ethical Style by Christmasworld und German Christmas Crafts finden Messebesucher*innen ohne Umweg die richtigen Geschäftspartner. Concept Decorations markiert professionelle Anbieter für Groß-, Außen- und Schaufensterdekoration – beispielsweise von Shoppingcenter, Innenstädte, Hotels oder Ladengeschäften. Eine kuratierte Auswahl besonders nachhaltiger Produkte finden Besucher*innen über die Ethical Style by Christmasworld-Kennzeichnung. German Christmas Crafts zeichnet feinste Handwerkskunst „Made in Germany" wie hochwertige, handgefertigte Schwibbögen, Räuchermännchen, Nussknacker, Pyramiden und Krippen aus.

Die Special Interest Logos erscheinen in der Aussteller- und Produktsuche, innerhalb der App „Christmasworld Navigator", im offiziellen Messekatalog, an den Informationsständen auf dem Messegelände und als Signet am Messestand.

GPK

EK, Messe Frankfurt und nmedia intensivieren die Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel steht in Zeiten des permanenten Wandels vor immer neuen Herausforderungen, aber auch großen Chancen. Dabei sind aktuelle Marktinformationen, das Order- und Datenmanagement und die effiziente Kommunikation von herausragender Bedeutung für den Erfolg aller Marktteilnehmer. Deshalb intensivieren die EK, die Messe Frankfurt und die nmedia die Zusammenarbeit. Alle Instrumente und Services der Partner sind noch einfacher zugänglich, weil z.B. künftig alle Website-Contents auf dem nmedia.hub verfügbar sind. Mit einem Login, auch mit den Zugangsdaten der Partnerwebsites, können die Industrie- und Handelskunden alles auf dem nmedia.hub einsehen und nutzen. Dies gilt z.B. auch für das EK-Lagersortiment oder Rückstandslisten und Sortimentsinformationen wie Verfügbarkeiten oder Stammdaten mit Bildern zu den Produkten der Industrie. Aber auch alle Informationen zu Trends und News der Contentplattform Conzoom Solutions sind so ab sofort mit einem Klick zugänglich.

Diese Services werden in den nächsten Jahren weiter ausgebaut. Ziel der Kooperation ist es, allen Marktteilnehmer aktuelle Services und Informationen einfach und direkt zur Verfügung zu stellen. Präsentiert wird die nächste Ebene der Zusammenarbeit auch auf der Ambiente 2024 mit einem gemeinsamen Messestand in der Galleria 0, Stand D05.

HWB

Einzelhandelsumsatz im Oktober 2023 um 1,1 % höher als im Vormonat

Die Einzelhandelsunternehmen in Deutschland haben im Oktober 2023 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) kalender- und saisonbereinigt real (preisbereinigt) 1,1 % und nominal (nicht preisbereinigt) 0,7 % mehr umgesetzt als im September 2023. Im Vergleich zum Vorjahresmonat Oktober 2022 verzeichnete der Einzelhandel ein leichtes reales Umsatzminus von 0,1 % und ein nominales Umsatzplus von 2,6 %.

Der reale Umsatz im Einzelhandel mit Nicht-Lebensmitteln stieg im Oktober 2023 um 1,4 % gegenüber dem Vormonat und um 0,6 % gegenüber dem Vorjahresmonat. Im Internet- und Versandhandel verzeichnete der reale

Umsatz im Oktober 2023 ebenfalls einen Anstieg von 2,9 % zum Vormonat, womit der Umsatz 1,2 % unter dem Niveau des Vorjahresmonats Oktober 2022 lag.

HWB

Preiserwartungen gehen in konsumnahen Branchen weiter zurück

Etwas mehr Unternehmen in Deutschland wollen ihre Preise erhöhen. Der Index der Preispläne stieg im November auf 18,0 Punkte, von 15,4 im Oktober. Dies ist vor allem auf die unternehmensnahen Dienstleister und den Großhandel zurückzuführen. Dort stieg der Saldo von 21,5 auf 28,3 Punkte. In den konsumnahen Branchen dagegen gingen die Preiserwartungen weiter zurück. Im Lebensmittel-Einzelhandel sank der Saldo von 40,7 auf 34,2 Punkte, im übrigen Einzelhandel von 28,2 auf 27,7 Punkte, und bei den konsumnahen Dienstleistern von 29,3 auf 25,5 Punkte.

Auch in der Industrie wollen weniger Unternehmen ihrer Preise anheben. Dort sank der Saldo von 5,8 auf 2,5 Punkte. Vor allem bei den Automobilherstellern gaben die Preiserwartungen kräftig nach, von 30,6 auf 10,2 Punkte. Im Baugewerbe hat sich der Abwärtstrend bei den Preisen etwas verlangsamt. Dort stiegen die Preiserwartungen von -9,2 auf -4,8 Punkte.

HWB

Geschenke werden teurer – Konsumenten erhöhen Weihnachtsbudget

78 % wollen sich die Freude aufs Fest nicht nehmen lassen und ein Viertel plant, mehr Geld für Geschenke auszugeben als im Vorjahr. Das Budget für Weihnachtsgeschenke liegt aufgrund steigender Preise nun bei durchschnittlich 304 € pro Person (2022: 299 €) und damit deutlich niedriger als in den Pandemiejahren 2020 und 2021. Entsprechend achten 70 % der Konsumenten beim Weihnachtseinkauf stärker auf den Preis. Der stationäre Einzelhandel bleibt vor den Festtagen eine wichtige Inspirationsquelle und kann sich besonders auf jüngere Käufergruppen freuen. Das sind Ergebnisse einer aktuellen GfK-Analyse zum Konsumverhalten rund um Weihnachten.

Für fast 70 % der Deutschen ist es trotz Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit weiterhin wichtig, bei Weihnachtsgeschenken keine Abstriche zu machen. Sie planen mit dem gleichen Budget wie im letzten Jahr (44 %) oder erwarten sogar höhere Ausgaben (25 %). Einschränken wollen sich 31 % der Befragten. 13 % beabsichtigen, gar keine Weihnachtsgeschenke zu kaufen.

Familien mit Kindern planen, 436 € auszugeben (plus 8 %), und auch Menschen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 € und mehr sparen nicht bei den Geschenken: Mit 396 € liegen sie 21 % höher als vor einem Jahr. Drei Viertel der Haushalte mit niedrigem Nettoeinkommen versuchen hingegen, beim Einkauf von Lebensmitteln für das Weihnachtsfest zu sparen, und planen in der Adventszeit und während der Feiertage weniger auswärts zu essen.

GfK erwartet in diesem Jahr im Weihnachtsgeschäft ein Umsatzvolumen von 18,1 Mrd. €. Das ist ein Plus von 1 % gegenüber 2022. Berücksichtigt man die Preisentwicklung der letzten zwölf Monate, liegt das erwartete Weihnachtsgeschäft allerdings fast 3 % unter dem des Vorjahres.

Gute Nachrichten für den stationären Handel: Auch in diesem Jahr steigt der Anteil der Menschen, die ihre Weihnachtsgeschenke hauptsächlich im Geschäft einkaufen, weiter an auf nun 42 % (2022: 39 %). Soziale Medien spielen aber nicht nur für die junge Generation eine wichtige Rolle, wenn es um Ideen für das passende Weihnachtsgeschenk geht. Insgesamt ein Drittel der Deutschen und 44 % der Online-Käufer nutzen Instagram & Co. inzwischen als Inspirationsquelle. Gleichzeitig bleibt der stationäre Handel auch für diejenigen relevant, die beim Kauf von Weihnachtsgeschenken das Online-Shopping bevorzugen. 35 % von ihnen geben ebenfalls an, sich bei einem Bummel durch die Läden inspirieren zu lassen. Auch der Besuch von Weihnachtsmärkten wird vermutlich wieder häufiger stattfinden – 75 % der Deutschen sagen, sich hier nach dem Ende der Pandemie wieder sicher fühlen.

Beim Blick auf die fünf beliebtesten Geschenkekategorien 2023 zeigen sich leichte Veränderungen gegenüber dem Vorjahr. Spitzenreiter bleiben Lebensmittel sowie Bekleidung, Accessoires und Schuhe. Spielwaren rutschen um zwei Plätze auf Rang 6 ab. Dafür wird Bargeld wieder häufiger verschenkt und landet mit 51 % in den Top 3.

Das eigene Zuhause als sicherer Hafen und gemütlicher Rückzugsort – das hat angesichts der anhaltenden Krisen für viele Deutsche weiterhin Bestand. Entsprechend planen sie in diesem Jahr, mehr kleine Haushaltsgeräte wie etwa Kaffeemaschinen sowie elektrische Gartengeräte zu verschenken, oder auch Personal Care Produkte wie elektrische Zahnbürsten und Rasierer. Passend zum immer noch wachsenden Gesundheits- und Wellnesstrend könnten in diesem Jahr auch Sport- und Fitnessgeräte häufiger unter dem Weihnachtsbaum landen. Auf Nachhaltigkeit beim Geschenkekauf wollen über die Hälfte der deutschen Konsumenten achten. 28 % geben an, auch Second-Hand-Artikel verschenken zu wollen, bei den 18- bis 29-Jährigen kann sich das sogar fast die Hälfte der Befragten vorstellen.

HWB

Wo die Deutschen nach Geschenken suchen

In Online-Shops nach Ideen für passende Präsente zu suchen, ist dabei inzwischen ähnlich beliebt wie das klassische Schaufenstergucken vor Ort: 38 % der Deutschen, die in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke kaufen, dienen Vorschläge in Online-Shops als Inspiration für Weihnachtsgeschenke. 37 % schauen sich in den Geschäften vor Ort nach Ideen um, die Älteren ab 65 Jahren wesentlich mehr (48 %) als die Jüngeren zwischen 16 und 29 Jahren (23 %). Das sind Ergebnisse einer Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.006 Personen in Deutschland ab 16 Jahren, darunter 880, die in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke kaufen.

Insgesamt setzen die meisten auf den Rat der Liebsten: Zwei Drittel (66 %) holen sich für die Geschenkesuche Tipps von Freunden und Familie. 31 % lassen sich durch Prospekte oder Zeitschriften inspirieren. Etwa jede und jeder Vierte (27 %) schaut in sozialen Netzwerken. Unter den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar 42 % - soziale Medien sind damit nach Freunden und Familie der zweitwichtigste Tippgeber für junge Menschen. Blog-Beiträge im Internet ziehen hingegen nur 4 % der Deutschen zu Rate, und nur 2 % setzen bislang auf Tipps durch Künstliche Intelligenz wie ChatGPT.

Ist die Geschenkidee erst einmal gefunden, besorgen die meisten die Präsente im Netz: Zwei Drittel (65 %) der Deutschen wollen Weihnachtsgeschenke in diesem Jahr online kaufen, und damit weniger als noch im Vorjahr (76 %). Darunter wollen 42 % Geschenke sogar ausschließlich oder

zum größtenteils im Internet bestellen. Auch hier zeigen sich aber Generationenunterschiede: Unter den 16- bis 29-Jährigen sind es 64 %, die ihre Geschenke nur oder größtenteils online shoppen wollen, in der Altersgruppe ab 65 Jahren sind es nur 21 %.

Zu etwa gleichen Teilen im Internet und im Geschäft kaufen insgesamt 13 % der Deutschen in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke, 10 % wollen nur wenige der Weihnachtsgeschenke online kaufen. Ausschließlich im Geschäft gehen in diesem Jahr 23 % auf Einkaufstour (2022: 15 %). Unter den Älteren ab 65 Jahren wollen sogar 47 % die Präsente ausschließlich im Laden vor Ort besorgen (2022: 37 %). Insgesamt jede und jeder Zehnte (10 %) kauft in diesem Jahr gar keine Weihnachtsgeschenke, im vergangenen Jahr waren es noch 7 %.

Wer sich die jährliche Suche nach den passenden Geschenken unter dem Baum sparen oder zumindest erleichtern will, der plant im Übrigen im Voraus: 16 % der Deutschen schreiben sich schon während des Jahres eine Liste mit möglichen Geschenkideen für Weihnachten. 1 % macht es sich leicht und verschenkt jedes Jahr das Gleiche.

Ausführliche Informationen im Abonnement

Bürowirtschaft: InfoLetter HBS alle 3 Wochen per E-Mail

Möbel-, Küchen- und Einrichtungsbranche: BVDM-Meinung in der monatlichen Fachzeitschrift Möbelkultur

Branche Tisch- und Küchenausstattung, Hausrat, Wohnaccessoires sowie Geschenke: GPK intern in der monatlichen Fachzeitschrift P&G

Impressum

Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB)
Frangenheimstr.6, 50931Köln, Tel. 0221-940 83-30
hwb@hwb.online, www.hwb.online
Vorstand: Michael Ruhnau (Vorsitzender), Christina van Dorp, Stefan Storch, Markus Meyer. Geschäftsführer: Christian Haeser, Amtsgericht Köln VR 7432 – Mitglied im Handelsverband Deutschland - HDE

Redaktion:

Christian Haeser (verantwortlich) und Oliver Hagemann.

Sollten Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten, geben Sie bitte Bescheid.