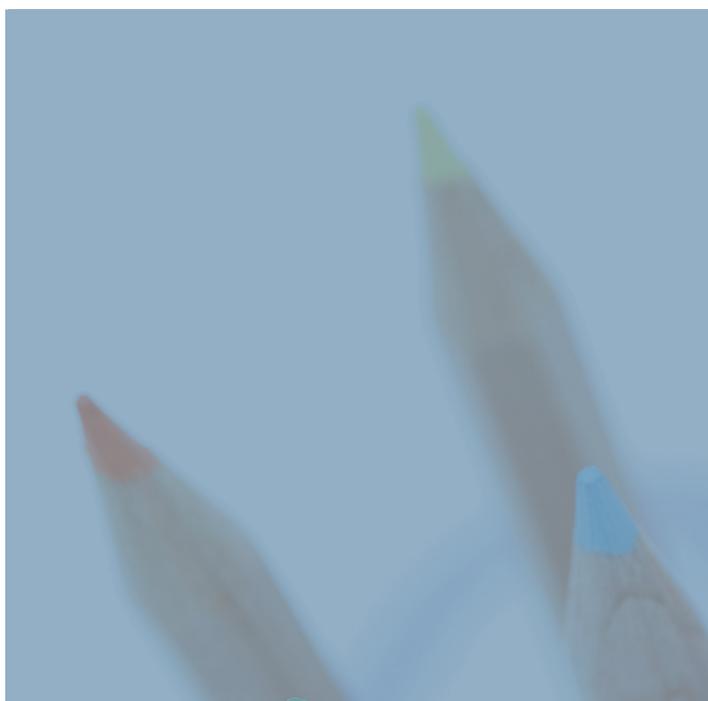


**BRANCHENFOKUS
PBS-ARTIKEL**

JAHRGANG 2019



UWE KRÜGER

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON IFH KÖLN
UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH Köln GmbH
Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Uwe Krüger
Telefon +49(0)221 943607-63
u.krueger@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH Köln GmbH**. Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Bildquelle: AdobeStock | © Joachim Wendler

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln GmbH und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	IV
Übersichtenverzeichnis	V
Editorial	9
Kapitel I	
Der deutsche Markt für PBS-Artikel: Zahlen, Fakten, Zeitreihen	12
A Die Herstellerebene	15
1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung (zu Herstellerabgabepreisen)	15
2 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	23
B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2014 bis 2018	29
1 Die Gesamtmarktentwicklung	29
2 Die Warengruppen	32
■ Verbrauchsmaterial für Bürotechnik mit Druckausgabe	32
■ EDV-Zubehör	32
■ Büroarbeitsplatzzubehör	32
■ Klebematerial	32
■ Schreibgeräte	32
■ Mal- und Zeichenbedarf	32
■ Bürokommunikationspapiere	32
■ Spezialpapiere	32
■ Sonstige graphische Papiere	32

■	Briefumschläge, Papierausstattungen	32
■	Geschäftsbücher	32
■	Ordnen, Archivieren	32
■	Planen, Schulen, Präsentieren	32
■	Wandkalender	32
■	Tisch-, Taschenkalender	32
■	Ansichts- und Glückwunschkarten	32
■	Sonstige Papierwaren	32
3	Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Warengruppen	42
C	Die Vertriebsebene	43
1	Vertriebswegeprofile	43
2	Die Vertriebsstrukturen 2014 bis 2018 mit den Formaten ...	46
■	PBS/BBO-FH	46
■	Fachmärkte	46
■	Kauf-/Warenhäuser	46
■	Versender	46
■	Internet-Pure-Player	46
■	SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	46
■	Cash&Carry-Großhandel	46
■	Sonstige Anbieter	46
3	Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Vertriebswege	52
4	Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	53

Kapitel II	Der deutsche Markt für PBS-Artikel: Prognose bis 2023	58
A	Die wichtigsten Einflussfaktoren	58
1	Gesamtwirtschaftliche Situation	59
2	Branchenspezifische Determinanten und Rahmenbedingungen	64
3	Branchenspezifische Annahmen	68
4	Branchenpositionierung von PBS-Artikeln im Geschäftsfeld Office Products bis 2023	73
5	PBS-Artikel im Vergleich zur kurzlebigen Gebrauchsgüternachfrage	75
6	Preisentwicklung für PBS-Artikel bis 2023	76
B	Prognose-Ergebnisse im Detail von 2018 bis 2023	77
1	Umsatzentwicklung des PBS-Marktes bis 2023 Gesamtmarkt und Teilmärkte im Detail	78
2	Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2014 bis 2023, Entwicklung in Mio. Euro/Indexvergleich mit Office Products	80
3	Marktstruktur nach Teilmärkten 2014/ 2017 / 2018 / 2023 in Mio. Euro / in Prozent	81
4	Vertriebswege für PBS-Artikel 2017 bis 2023 Marktanteile im Detail in Prozent und Mio. Euro	82
5	Vertriebswegesituation für PBS-Artikel 2018 / 2023 im Vergleich: Marktanteilsgewinner / -verlierer	84
6	Vertriebswegesituation für PBS-Artikel 2023 in Prozent / Indexentwicklung 2018 / 2023	85

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Struktur der Hersteller von Papier, Karton und Pappe: Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2017 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	26
Tabelle 2: Struktur der Herstellung von Schreibwaren und Bürobedarf: Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2017 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	27
Tabelle 3: Hersteller und Produktportfolio	28
Tabelle 4: Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2014 bis 2018 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	30
Tabelle 5: Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2014 bis 2018 (Index 2014=100)	31
Tabelle 6: Struktur des Fachhandels mit Schreibwaren/Bürobedarf in der Einteilung nach Mittelstand, Klein- und Großbetrieben (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in Prozent)	56
Tabelle 7: Händler und Sortimente	57
Tabelle 8: Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2023 (in Mio. Euro zu EVP)	78
Tabelle 9: Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2018 bis 2023 (Index 2018=100)	79
Tabelle 10: PBS-Artikel: Marktanteile der Vertriebswege 2017 bis 2023 (in %)	82
Tabelle 11: PBS-Artikel: Marktanteile der Vertriebswege 2017 bis 2023 (in Mio. Euro)	83

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Strategischer Branchenüberblick: PBS-Artikel im Geschäftsfeld Office Products	14
Übersicht 2: Die Inlandsmarktversorgung mit PBS-Artikeln, 2014 bis 2018 in Mio. Euro zu HAP	18
Übersicht 3: Die Inlandsmarktversorgung mit Schreibgeräten 2014 bis 2018 in Mio. Euro zu HAP	19
Übersicht 4: Die Inlandsmarktversorgung mit Büroarbeitsplatzzubehör 2014 bis 2018 in Mio. Euro zu HAP	20
Übersicht 5: Die Inlandsmarktversorgung mit Bürokommunikationspapier 2014 bis 2018 in Mio. Euro zu HAP	21
Übersicht 6: Die Inlandsmarktversorgung Ordnen/Archivieren 2014 bis 2018 in Mio. Euro zu HAP	22
Übersicht 7: Umsatzgrößenstruktur der Hersteller von Papier, Karton, Pappe vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2017	26
Übersicht 8: Umsatzgrößenstruktur der Schreibwaren- und Bürobedarfsindustrie vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2017	27
Übersicht 9: Büroarbeitsplätze in Deutschland 1999 bis 2017 in Tsd. (Index 1999 = 100)	33
Übersicht 10: Büroarbeitsplätze nach Beschäftigungsstatus in Deutschland 2005, 2009/10, 2017/18 in Prozent	33
Übersicht 11: PBS-Artikel: Gewerbe-/Privatnachfrage 2000/2005 – 2014 bis 2018 - 2023 – (Anteile in %)	34
Übersicht 12: PBS-Marktstruktur: Büropapiere gesamt vs. Restliche PBS-Artikel 2000 bis 2023 in %	35
Übersicht 13: Büropapiere: Langfristentwicklung 1995/2005 - 2014/18 - 2023 in Mio. Euro zu EVP	35

Übersicht 14:	Bürokommunikationspapier: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014-2018/23 - Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	36
Übersicht 15:	Spezialpapier: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014-2018/23 Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	37
Übersicht 16:	Büropapier: Warengruppenumsatzanteile von 2014-2018/23 in Prozent	37
Übersicht 17:	EDV-Zubehör: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014-2018/23 Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	38
Übersicht 18:	Ordnen/Archivieren: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014 bis 2018 / Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	39
Übersicht 19:	Schreibgeräte: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014 bis 2018 Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	40
Übersicht 20:	Schreibgeräte: Marktsegmentstruktur 2014 bis 2018 in Prozent	40
Übersicht 21:	Büroarbeitsplatzzubehör: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014 bis 2018, Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	41
Übersicht 22:	Briefumschläge/Papierausstattungen: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2014 bis 2018, Durchschnittswachstum 2018/23 in Prozent	41
Übersicht 23:	Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten im Berichtsjahr 2018	42
Übersicht 24:	Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2014 bis 2018 (Index 2014=100)	42
Übersicht 25:	Die Marktanteile der Vertriebswege in der Retrospektive 2014 bis 2018 in %	47
Übersicht 26:	Online-Handel: Gesamtbedeutung bei PBS-Artikeln [B2C] 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / CAGR in %	47
Übersicht 27:	PBS-Umsätze des PBS/BBO-Fachhandels 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	48

Übersicht 28:	PBS-Umsätze der Fachmärkte 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	49
Übersicht 29:	PBS-Umsätze Versender 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	50
Übersicht 30:	PBS-Umsätze Internet-Pure-Player 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	50
Übersicht 31:	PBS-Umsätze SB-WH/V-Märkte 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	51
Übersicht 32:	PBS-Umsätze Sonstige Anbieter 2014 bis 2018/23 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	51
Übersicht 33:	PBS-Artikel – Marktanteile der Vertriebswege im Berichtsjahr 2018	52
Übersicht 34:	PBS-Artikel – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2018	52
Übersicht 35:	Umsatzgrößenstruktur des Fachhandels mit Schreibwaren/Bürobedarf vs. Einzelhandel in der Lorenzkurve 2017	56
Übersicht 36:	Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2014 - 2023	62
Übersicht 37:	Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2014 - 2023	63
Übersicht 38:	Branchenrelevante Determinanten im Überblick	65
Übersicht 39:	PBS-Artikel: Märktedynamik im Geschäftsfeld Office Products 2014/2018 und 2018/2023	74
Übersicht 40:	PBS-Artikel: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Geschäftsfeld Office Products 2014/2018/2023	74
Übersicht 41:	PBS-Artikel und kurzlebige Gebrauchsgüter bis 2023	75
Übersicht 42:	Die Preisentwicklung für PBS-Artikel bis 2023	76
Übersicht 43:	Das Marktvolumen für PBS-Artikel insgesamt 2014 bis 2023 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)	80
Übersicht 44:	Marktentwicklung PBS-Artikel vs. Geschäftsfeld Office Products 2014 bis 2023 (Index 2014=100)	80
Übersicht 45:	Marktvolumen für PBS-Artikel nach Teilmärkten bis 2023 in Mio. Euro	81

Übersicht 46:	Marktvolumen für PBS-Artikel nach Teilmärkten bis 2023 in %	81
Übersicht 47:	PBS-Artikel: Marktanteile der Vertriebswege 2018 und 2023 (in %)	84
Übersicht 48:	PBS-Artikel: Marktanteilsgewinner/-Verlierer 2018 vs. 2023 (Differenz in Prozentpunkten)	84
Übersicht 49:	PBS-Artikel: Marktanteile der Vertriebswege 2023	85
Übersicht 50:	PBS-Artikel: Indexentwicklung der Vertriebswege 2018 bis 2023 (Index 2018=100)	85
Übersicht 51a:	PBS-Artikel: Vertriebswegedynamik 2014/2018 und 2018/2023	86
Übersicht 51b:	PBS-Artikel: Vertriebswegedynamik 2014/2018 und 2018/2023	86