

Pressemeldung

4. Juli 2022



GPk-Gipfeltreffen launcht erfolgreich in Frankfurt

Brancheninformationen aus erster Hand, kollaborative Zusammenarbeit, Networking und Diskussion auf Augenhöhe – all das war das Motto des ersten eintägigen GPK-Gipfeltreffens am 23. Juni, das vom Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) ausgerichtet wurde. Besonderes Highlight der Tagung war die Vorstellung der IFH-Zukunftsstudie „Quo vadis, GPK-Fachhandel?“ und der im Anschluss vertiefende Workshop.

Rund 60 Teilnehmer aus Handel und Industrie folgten der Einladung des Handelsverbands Koch- und Tischkultur (GPK) zur Premiere des exklusiven, eintägigen GPK-Gipfeltreffens, welches zeitgleich zur Messe „Heimtextil“ in den Räumlichkeiten der Messe Frankfurt stattfand. Philipp Fergner und Julia Uherek, beide Vice President Consumer Goods Fairs Messe Frankfurt, stellten den Podiumsteilnehmern Marlene Berz (Siller & Laar), Nicola Hoffmann (räder), Michael Eichinger (Zwiesel Kristallglas) und Maximilian Schreiner (Max Schreiner) sowie den interessierten Teilnehmern anschaulich das neue Motto „Home of Consumer Goods“ vor, unter dem die Leitmessen „Ambiente“, „Christmasworld“ und „Creativeworld“ erstmalig zeitgleich vom 3./4. bis 7. Februar 2023 physisch auf dem Frankfurter Messegelände sowie ganzjährig online stattfinden werden. Direkt im Anschluss moderierte GPK-Geschäftsführer Christian Haeser die rege Saaldiskussion über den Status quo der „Messe der Zukunft“ im Allgemeinen sowie über die jeweiligen Anforderungen von Industrie und Handel an die Messe Frankfurt und gab somit den Referenten wichtige Impulse mit auf den Weg.

Interessante Erkenntnisse sowie tiefe Einblicke in die Bedürfnisse des GPK-Konsumenten und den Fachhandel der Zukunft gab Boris Hedde, Geschäftsführer Institut für Handelsforschung Köln, bei der lebhaften Vorstellung der Branchenstudie „Quo vadis, GPK-Fachhandel?“, die in Kooperation mit dem Handelsverband Koch- und Tischkultur entstanden ist. Die Branche ist zwar 2021 im Vergleich zu anderen Handelsbranchen mit einem Marktwachstum von 3,3 Prozent auf rund 6,4 Milliarden Euro Bruttoumsatz – gerade im Bereich Cucina mit einer Wachstumsrate von über 6 Prozent – besser durch die Coronakrise gekommen, gleichwohl wirken die gesellschaftlichen Effekte immer stärker und dies mündet für den Fachhandel in Veränderungsdruck. Dementsprechend wurden die

Oliver Hagemann
Referent

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-20

oliver.hagemann@hwb.online
www.hwb.online

wichtigsten Kernbedürfnisse der Konsumenten wie Beratung, smarte digitale Services, Nachhaltigkeit, Wertschätzung, Individualität und kontextbezogene Produktwelten sowie der daraus resultierende ideale Store der Zukunft vorgestellt. Der Übergang zum Workshop „Customer Needs“ war fließend. Denn dort setzten sich alle Teilnehmer mit den vier wichtigsten Kernbedürfnissen intensiv auseinander und formulierten Ihre Ideen und Vorschläge sowohl aus Sicht des Handels und der Hersteller als auch aus kooperativer Sicht. Die Themen rund um die Digitalisierung und kontextbezogene Produktwelten wurden eindeutig am intensivsten diskutiert.

Nach einer kurzen Pause stand der letzte, absichtlich offen gehaltene, Programmpunkt „Podiums-/Saaldiskussion zu den aktuellen Branchenherausforderungen“ auf der Agenda. Boris Hedde eröffnete den Austausch mit der Frage „Wo drückt der Schuh?“ an die Podiumsteilnehmer Thimo Braun (Karl Weis und Cie.), Nuno Gameiro (ASA Selection), André Garcia (F. S. Kustermann), Susanne Heiduczek (EK/servicegroup), Jens-Peter Schlingmann (Villeroy & Boch) und Stefan Storch (D. F. Rabe & Co.). Es folgte eine konstruktive (Saal-)Diskussion zu Themen wie die Gleichberechtigung der Vertriebswege, Lieferschwierigkeiten, kurzfristige Preiserhöhungen, die aktuelle und künftige Rollenverteilung zwischen dem stationären und dem Onlinehandel, Energiekostenexplosion und Inflation, bei der jeder Teilnehmer einen aufschlussreichen Einblick in die Sicht seiner Dinge gab. Nicht nur die Teilnehmer, sondern auch der Handelsverband haben an diesem Tag wertvolle Kenntnisse mitgenommen, die in die zukünftige Branchenarbeit einfließen werden.

Christina van Dorp, Präsidentin des Handelsverbands Koch- und Tischkultur, resümiert den Tag: „Ich freue mich sehr darüber, dass die wichtigsten Branchenakteure unserer Einladung gefolgt sind. Es hat sich wieder einmal herauskristallisiert, dass virtuelle Treffen nicht ansatzweise ein persönliches Treffen ersetzen können. Unsere Branche und die Messe lebt von persönlichen Begegnungen. Die Resonanz zeigt, dass das GPK-Gipfeltreffen in seiner Kompaktheit und Intensivität ein voller Erfolg war. Selten wurde in dieser Offenheit miteinander gesprochen. Sicherlich wird es nicht das letzte Gipfeltreffen gewesen sein.“

„Im Rahmen unserer Task force, welche ursprünglich als Think Tank für unsere ursprüngliche Branchentagung initiiert wurde, sind wir im ständigen Austausch mit Handel und Industrie. Dort kam immer wieder der

Wunsch nach einem persönlichen Austausch im überschaubaren Rahmen zutage. Ich freue mich sehr darüber, dass wir mit dem GPK-Gipfeltreffen genau diese Lücke geschlossen haben“, ergänzt Christian Haeser, Geschäftsführer des Handelsverbands Koch- und Tischkultur.

Die Studie „Quo vadis, GPK-Fachhandel?“ ist direkt beim Handelsverband Koch- und Tischkultur oder im [IFH Shop](#) für 550 € zzgl. MwSt. verfügbar. Mitglieder des Handelsverbands Deutschland (HDE) erhalten einen Rabatt von 20 Prozent.

Bildmaterial steht auf der Homepage www.hwb.online im Pressebereich zur Verfügung.

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung von über 4.000 Fachgeschäften mit Tisch-, Küchen- und Wohnaccessoires sowie Geschenkartikeln. Rund 20.000 Menschen sind in Voll- und Teilzeit beschäftigt. Der Branchenumsatz beläuft sich auf knapp 6 Mrd. Euro. Der Handelsverband GPK ist dem Handelsverband Deutschland (HDE) angeschlossen.

Der Handelsverband Wohnen und Büro ist die Dachorganisation des Handelsverbandes Möbel und Küchen (BVDM), des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur (HBS) sowie des Handelsverbandes Koch- und Tischkultur (GPK). Er ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Fachhandels der entsprechenden Branchen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 15.000 Unternehmen.

Der HWB gehört der Handelsorganisation an, an deren Spitze der Handelsverband Deutschland (HDE) mit seinen Büros in Berlin und Brüssel steht. Die Mitglieder der Fachverbände sind die Landesverbände der Handelsorganisation und damit die dort organisierten Fachhändler sowie Großhändler.