

Mitteilungen des GPK Bundesverbandes für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V.

Europäischer Verband Lifestyle Kosten ohne Nutzen

Hersteller (auch Importeure gelten als solche) und Vertrieber sind verpflichtet, ihre Transportverpackungen aus Handel und Gewerbe zurückzunehmen – oder zumindest eine Lösung zu finden, dass die Empfänger der Verpackungen nicht auf den Kosten der Entsorgung sitzen bleiben. VfW hat mit dem Europäischen Verband Lifestyle (EVL) jetzt eine Rahmenvereinbarung abgeschlossen, offenbar ohne dass geklärt ist, welche Leistung VfW dafür erbringt.



Foto: Kustermann

In § 4 der Verpackungsverordnung ist festgelegt, dass ein Erstinverkehrbringer die von ihm eingesetzte Transportverpackung zurücknehmen muss. Dazu zählen beispielsweise Einweg-Paletten, Kartons, Umreifungsbänder, Folien und weitere zum Schutz der Ware eingesetzte Materialien aus Holzwolle, Styropor oder Luftpolsterfolien. Dies betrifft alle Verpackungen, die beim Handel oder im Gewerbe anfallen. Verpackungen, die üblicherweise vom Verbraucher mitgenommen werden, zählen nicht dazu. Für diese Verkaufsverpackungen gibt es in der Verpackungsverordnung eigenständige Regeln.

Zunächst kann der Hersteller die Transportverpackung bei der Lieferung gleich wieder mitnehmen, was in der Regel nicht praktiziert wird oder werden kann. Er kann auch bei der nächsten Anlieferung die Verpackung der Vorlieferung wieder auf den Wagen nehmen. Da üblicherweise über Speditionen und Paketdienste ausgeliefert wird, ist auch dieses nicht praktikabel.

Alternativ könnte eine Vergütung gezahlt werden. In der Düsseldorfer Erklärung

des nicht mehr existierenden „Rat des Handels“ wurde ein Satz von 1 Promille auf den Netto-Warenwert als angemessen vereinbart. Dieser Satz bildete jedoch lediglich eine Hilfsgröße und ist sicher nicht einheitlich anzuwenden, da es je nach Verpackungsarten zu höchst unterschiedlichen Entsorgungskonditionen kommt. Handelskonzerne ziehen im Rahmen ihrer Allgemeinen Einkaufsbedingungen meist zwischen 1 Promille und 3 Promille pauschal ab. Einige wenige Lieferanten wie beispielsweise Villeroy & Boch schreiben ihren Kunden auf den Rechnungen einen geringen Betrag gut. Das ist meist jedoch weniger als 1 Promille. Die Mehrzahl der Hersteller spart sich diese Kosten jedoch ganz und lässt den Handel auf den Entsorgungskosten sitzen.

Für den größten Teil des Fachhandels, nämlich den, der Verbundgruppen wie EK/Servicegroup oder WHB angeschlossen ist, ist der Abzug der Entsorgungskosten praktisch unmöglich: Er müsste zu jeder Rechnung eine Rückbelastung an die Zentrale schicken. Diese müsste sich in jedem

weiter auf Seite 24

Culinarion Erstes Konzept-Geschäft

Am 31. März öffnet in Paderborn das erste Konzept-Geschäft. Auf 150 Quadratmetern in 1A-Lage geht es um hochwertige, professionelle Produkte für die kreative Küche, in Zusammenarbeit mit führenden Marken. Mark Kobert und Ramazan Madi sind die Inhaber. Sie bringen Einzelhandelserfahrung aus Herford mit, wo sie ein Geschenkartikelgeschäft betrieben hatten. Und sie bringen ihren Webshop www.stil-inside.de mit ein.

Gestartet wird an der Rosenstraße mit den Themen Ostern und Spargel. In dem Geschäft gibt es eine nutzbare Küche, Kochevents sind angedacht, Kooperationen mit dem örtlichen Feinkosthandel und mit Köchen und Restaurants sind mehr als eine Vision.

Vorbild ist EK France. Dort ist das Konzept seit drei Jahren am Markt, besetzt heute 20 Standorte, 10 weitere sind in Planung. In Deutschland kommen Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern in Frage, das wären 280 Zentren. Stadtkerne, aber auch Einkaufszentren sind die gesuchten Lagen, 120 Quadratmeter, Erdgeschoss.

Die Sortimentszusammenstellung erfolgt unter der Leitung von Paul Happe bei EK. Dort werden auch die Warenpakete geschnürt, logisch, dass auch das Marketing zentral in Bielefeld erfolgt. Alle anderen unternehmerischen Aufgaben liegen bei den Partnern: Finanzierung, Mietvertrag, Personal, Abverkauf und vor allem der Aufbau eines Netzwerks.

Paderborn liegt nahe genug an Bielefeld, so dass das Konzept eng von der Zentrale begleitet wird. Und es ist ein Test im Echtbetrieb, denn gegenüber liegt der Leonardo-Store und nicht weit entfernt Butlers und eine WMF-Filiale. Culinarion muss sich in diesem Wettbewerb bewähren, damit es später ein bundesweites Roll-Out gibt. <

Monats- und Jahresvergleich

Ab 2011 gemeinsamer Betriebsvergleich der Verbände

Seit 1977 gibt es den GPK-Erfa-Vergleich, über 30 Jahre lang von Wolfgang Neef durchgeführt, seit 2008 von Sigrid Wies. Vom 1. Januar an werden der Bundesverband GPK, EK/Servicegroup und der ZHH diesen Vergleich nun gemeinsam durchführen, und zwar beim Institut für Handelsforschung (IfH) an der Universität zu Köln. Durch diese Zusammenführung wird die Beteiligung in die Höhe schnellen, werden die Ergebnisse für einen noch größeren Händlerkreis repräsentativ sein.

Es war von vornherein verabredet – aber nicht kommuniziert –, dass Sigrid Wies den Vergleich nach alter Struktur und auf der ursprünglichen Software nur wenige Jahre erarbeiten würde. Diese Zeit war notwendig, damit alle drei Verbände eine gemeinsame, moderne und preislich weiterhin attraktive Lösung finden. Unter fünf

Alternativen wurde ausgewählt, das Votum war letztlich eindeutig: Die neutrale Plattform des renommierten Kölner Instituts ermöglicht allen Händlern der Branche – gleichgültig ob Mitglied bei EK, WHB oder gänzlich ungebunden – die Teilnahme. Denn es ist weiterhin uneingeschränkt gewährleistet, dass niemand an die Daten

Fortsetzung von Seite 23

einzelnen Fall an den Lieferanten wenden und überdies den Lastschriftbetrag für die Dekadenabrechnung herabsetzen. Theoretisch machbar wäre dies, es verbietet sich aber wegen der Prozesskosten.

Die dritte Möglichkeit ist, sich eines Dienstleisters zu bedienen. Dazu zählen Interseroh, VfW und Zentek. Seltmann beispielsweise verweist in den Rechnungen an den Handel darauf, welcher Entsorger sich um die Transportverpackung kümmert. VfW verspricht sich durch den Rahmenvertrag mit dem EVL eine größere Zahl von Unternehmen, die ihrem System beitreten.

GPK intern fragte beim EVL nach, zu welchen Leistungen sich VfW in der Rahmenvereinbarung verpflichtet hätte. Als Antwort wurde auf VfW verwiesen. Dort räumte man ein, dass bislang kein System der Abholung oder Kostenvergütung für den Fachhandel bestehe und auch keine Vorbereitungen dafür getroffen seien. Der Fachhandel müsse sich diesbezüglich an seine Lieferanten halten und die wiederum müssten auf den Vertragspartner VfW zugehen. Offenbar ist genau dieser Punkt der von VfW vertraglich geschuldeten Leistung nicht geklärt. Es stellt sich die Frage, wofür EVL-Mitglieder überhaupt an VfW für die Verpackungsentsorgung zahlen, wenn davon keine Leistung im Handel ankommt.

Beispiele aus anderen Branchen zeigen, dass es durchaus erfolgreiche und

funktionierende Lösungen gibt. So hat die Bürowirtschaft vor vielen Jahren eine speziell konzipierte Lösung mit der Interseroh als Dienstleister kreiert und umgesetzt, mit der Hersteller von Papier, Schreibwaren, Büro- und Schulbedarf die Entsorgung des Fachhandels sicher stellen. Hierbei rechnen die Entsorgungsunternehmen ihre Leistung aus Abholungs- und Entsorgungskosten direkt mit Interseroh ab – finanziert durch die Gemeinschaft der Verpflichteten. Begleitet wird diese eigens geschaffene Branchenlösung von fünf Branchenverbänden des Handels und der Hersteller.

Gleiche Lösungen gibt es auch in der Einrichtungsbranche: Zentek ist der Dienstleister für die Küchen und wiederum Interseroh für alle übrigen Möbel der Branche. In Kooperation mit den Einkaufsverbänden findet hier eine flächendeckende Entsorgung durch Interseroh-Partner im deutschen Möbel- und Einrichtungsbranche statt. Auch hier hat Interseroh die Branchenverbände von Handel und Herstellern eingebunden.

Damit ist im Grunde Interseroh, was den Vertriebsweg Möbelhandel angeht, gegenüber dem Wettbewerber VfW in der Pool-Position und hat für diesen Vertriebsweg auch Porzellanhersteller unter Vertrag. EVL hat sich letztlich für die VfW ausgesprochen, braucht aber den Druck des Handels, damit das Geld auch dort ankommt, wo der Aufwand entsteht: im Handel. <

herankommt außer demjenigen, der die Daten gemeldet hat oder für den er sie freigegeben hat. Denn es haben einzelne Erfahrungsgruppen zur Vorbereitung ihrer Treffen vereinbart, dass sie – jederzeit widerruflich – untereinander ihre Zahlen austauschen.

Mit dem Wechsel zum IfH ist es endlich auch möglich, die Daten sowohl online in einer Erfassungsmaske einzutragen oder – gegen einen geringen Aufpreis – weiterhin per Fax zu senden und die Auswertungen per Fax oder Post zurück zu erhalten. Die Onlineeingabe ist beispielsweise mit der Eingabe der zuletzt gemeldeten Ergebnisse und ihrer bequemen Funktionalität so attraktiv, dass wahrscheinlich die Mehrheit aller Händler dieses Tool wählen wird.

Der Betriebsvergleich wird sich weiterhin in einen Monats- und einen Jahresvergleich gliedern, optional wird ein zusätzlicher Tertialvergleich konzipiert, da immer jeweils vier Monate im Vergleich mehrerer Jahre sinnvoll ins Verhältnis gesetzt werden können: Das erste Tertial inklusive Ostern, das zweite Tertial inklusive der Sommerferien und das dritte Tertial mit dem Weihnachtsgeschäft. Der Sortimentsvergleich wird fortgeführt, lediglich an einigen Stellen der verbreiterten Basis von Geschäften angepasst.

Die jetzigen Vergleichsteilnehmer und die Mitglieder aller Erfahrungsgruppen sind ausführlich über den Vergleich informiert. Die führenden Fachzeitschriften der Branche werden in ihren kommenden Ausgaben über das neue Angebot informieren. Eine Demoversion ist unter www.ifh.de einzusehen. <

GPK-Branchentagung Termin: 6./7. Juni 2011

Ein falscher Buchstabe schaffte große Verwirrung in der Branche: GPK intern verkündete in der Januarausgabe als Veranstaltungsmonat den Juli. Richtig muss es natürlich „Juni“ heißen. Der Fehler war jedoch so offensichtlich, dass es nur wenige Rückfragen in der Geschäftsstelle des Bundesverbandes gab. Die Verantwortlichen bitten um Nachsicht und um Überprüfung aller Leser, ob sie den Termin korrekt bei sich eingetragen haben. <

Rosenthal

Rosenthal bereinigt Markenportfolio

Seit Sommer 2008 gehört die Rosenthal GmbH zur italienischen Sambonet-Gruppe. Seitdem wurde vom geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Pierluigi Coppo vieles verändert. Rechtzeitig zur Messe „Ambiente“ führten Gerald Funk, Präsident des GPK-Bundesverbandes und Geschäftsführer Thomas Grothkopp das Gespräch mit dem Rosenthal-Management: Quo vadis Rosenthal?

Das Konditionssystem wurde frühzeitig über alle Marken harmonisiert und umfasst pro Händler immer alle Marken. Im Herbst wurden dann die Preislisten durchforstet. Mit den neuen, gebundenen und jetzt umfassend bebilderten Katalogen konnten sich viele Händler ad hoc anfreunden. Die anderen will Rosenthal mit einem Schubser versöhnen, denn Ringordner wird es nicht mehr geben. Dafür sind aber weitere Endkunden-Flyer versprochen.

Schlank und universell wird künftig der Außendienst aufgestellt sein. Schlank, weil statt der einstmaligen 45 Außendienstler jetzt unter der Leitung von Rainer Wagner nur noch 13 tätig sind und universell, weil sie künftig alle Marken vertreten. Hinzu kommen das Team von Peer Ofenloch für die B2B-Geschäfte und für das Key Account Management sowie der Hotelbereich mit Achim Bornhauer. Auf der „Ambiente“ hat dies zur Konsequenz, dass alle Rosenthal-Marken gemeinsam auf nur einem Stand vertreten sind.

In der Markenpolitik werden nach vielen Jahren die traditionellen Marken Hutschenreuther und Rosenthal classic stärker voneinander abgegrenzt: Hutschenreuther setzt verstärkt auf Geschenkartikel. Die Weihnachts- und Ostersortimente werden ausgebaut und um neue Formen ergänzt. Darüber hinaus gibt es Kollektionen für die beiden Jahreszeiten Sommer und Herbst, wie neue Service. Neue traditionelle Geschirrserien wird es künftig nur noch unter dem Markennamen Rosenthal geben, der Zusatz „Classic“ entfällt dann. Versace wird laufend aktualisiert, seine beste Entwicklung liegt in Osteuropa, im arabischen Raum und in Asien.

Die Studio-Line hat in diesem Jahr 50. Jubiläum. Aus jedem dieser Jahre wird ein starker Artikel neu aufgelegt oder besonders herausgestellt – denn 13 dieser Produkte sind noch heute im Angebot. Alle

anderen werden zeitlich limitiert nur im Jubiläumsjahr 2011 angeboten. Für den Fachhandel wurde eine Verkaufs-Ausstellung mit diesen Produkten konzipiert, die die Geschichte der Designmarke dokumentiert.

In Frankfurt werden zwei neue Trinkglasserien und eine neue Porzellanform vorgestellt. Hinzu kommt eine neue Vasenkollektion. Die Marke Thomas ist aus den Treue- und Prämienaktionen von Verbraucher- und Lebensmittelmärkten weitgehend verschwunden. Stattdessen oder gerade deshalb ist es gelungen, den Umsatz und den Marktanteil im Fachhandel deutlich zu steigern.

Änderungen werden sukzessive bei den Verpackungen eingeführt: Geschenkverpackungen erhalten neue, bruchstabile Inlays. Die sogenannte Industrieverpackung wird neutral angeboten, ist damit für alle Marken einsetzbar und wird vor allem faltbar sein, um in den Lagerräumen des Fachhandels weniger Platz einzunehmen.

Bei den eigenen Shops wurde die Chance des Insolvenzverfahrens und auslaufender Verträge genutzt, um sich von verlustbringenden Aktivitäten in Mettlach, Düsseldorf, Frankfurt, Nürnberg und Köln am Dom zu trennen. In Dortmund ist man in eine 1 B-Lage gewechselt, in Köln begnügt man sich mit der verbleibenden Filiale, in Nürnberg reichen Küchen Lösch, Karstadt und WMF für den Markt aus. Umfassend ausgebaut und erweitert wurde das Rosenthal-Outlet in Selb, das jetzt auf 3.000 Quadratmetern, verteilt auf zwei Etagen, ein umfassendes Sortiment von Auslaufware, Überbeständen und sogenannter 2. Wahl mit Preisnachlässen von 30 bis 85 Prozent vorhält. 2. Wahl für den Fachhandel wird es künftig praktisch nicht mehr geben. Für die Preisargumentation des Fachhandels eine höchst problematische Vertriebspolitik, die nur dadurch entschärft wird, dass man sich bei den jetzigen Benzinprei-

weiter auf Seite 26

Standpunkt

Das Verursacherprinzip steht hinter der Verpackungsverordnung: Wer viel und teuer zu entsorgende Verpackung einsetzt, soll auch mit den entsprechenden Kosten belastet werden. Damit soll bewirkt werden, den Verpackungseinsatz zu minimieren und Materialien zu verwenden, die wiederverwertbar sind. Oder auf Mehrwegsysteme umzustellen.



Für jene Verpackungen, die unvermeidbar sind, entstehen Entsorgungskosten für die Erfassung, Rücknahme und Verwertung. Bei Verkaufsverpackungen sind es die haushaltsnahe Erfassung in Containern oder in gelben Säcken und Tonnen. Hersteller und Importeure „entpflichten“ sich hierzu durch die Einzahlung in ein Duales System, erhalten durch dieses den gesetzlich geforderten Mengenstromnachweis und sind ggf. verpflichtet, alle Daten in Verbindung mit einem entsprechenden Testat eines Wirtschaftsprüfers jährlich auf einer Plattform bei der IHK zu hinterlegen.

Anders verhält es sich bei den Transportverpackungen. Wer hier der Wirtschaft eine Lösung anbietet, muss sich genau überlegen, wie und wo er seine Rücknahme- und Entsorgungsleistung erbringt. Gefordert ist, dass die Verpackungen dort erfasst werden, wo sie anfallen – nicht nur dort, wo es problemlos und billig ist.

Wer für Transportverpackung in unserer Branche kassiert, muss diese Mittel auch eindeutig und nachweislich für die Entsorgung am POS verwenden. VfW muss erst noch klarstellen, ob sie eine Branchenlösung inklusive Entsorgung des gesamten betroffenen Handels aufbauen. Und jeder Lieferant muss genau prüfen, ob und mit welchem Dienstleister er zusammenarbeitet – oder alternativ dem Handel eine Entsorgungsgutschrift erteilen. Hier ist es die Aufgabe des Handels, von Systembetreibern wie VfW die kostenlose Abholung der Transportverpackung zu verlangen oder von den Herstellern die – möglicherweise pauschale – Erstattung in Form eines Rechnungsabzugs einzufordern.

Thomas Grothkopp

Fortsetzung von Seite 25

sen gut überlegen muss, die weite Reise nach Selb anzutreten. Dort locken die Factory Outlets von Villeroy & Boch, Trigemina, eines Jeansherstellers – und ab 1. März auf 200 Quadratmetern WMF, bei Rosenthal im ersten Stock. Dann dürften die Autobahnen nicht nur von Pendlern, sondern auch von Outlet-Kunden frequentiert sein, die lieber etliche Kilometer fahren und rabattiert kaufen als in den Fachgeschäften vor Ort, die mit den Preisen des Hersteller-Direktverkaufs in immer mehr Regionen nicht mithalten können.

Eine Entscheidung seitens Rosenthal zum Preisänderungstermin 1. November, für den die Informationen bei vielen Händlern verspätet ankamen, ist noch nicht gefallen. Rosenthal wollte im Herbst noch die in Paris vorgestellten Neuheiten berücksichtigen. Gerald Funk plädierte hingegen für einen Frühjahrstermin, der dann die auf

der „Ambiente“ vorgestellten Neuheiten einschließt. Dabei sei es für den Handel gleichgültig, wann zwischen dem 1. März und spätestens 1. Oktober die Preise geändert werden. Wichtig sei vor allem eine frühzeitige und vollständige Information.

Die Zahl der die Marke Sambonet führenden Fachhändler ist in Deutschland noch nicht groß – obwohl die Kalkulation interessant ist. Nur ist die Bekanntheit in der Zielgruppe extrem gering. Hier besteht, so Funk, noch erheblicher Investitionsbedarf. Wobei die Familie Coppo schon viel investiert hat. Auf insgesamt 3,5 Millionen Euro Investment sei man im Jahr 2010 gekommen, berichtet Gianluca Colonna, Chief Operating & Sales Officer. Colonna hat das Engagement von Sambonet seit den ersten Gesprächen mit dem Insolvenzverwalter begleitet, bei ihm laufen die Fäden in Deutschland zusammen. <

Konjunkturumfrage unter Mitgliedsunternehmen zur konjunkturellen Entwicklung des Einzelhandels und zu weiteren einzelhandelsrelevanten Themen durch. Die Befragung erfolgt ausschließlich über einen Online-Fragebogen, der über den nachstehenden Link abgerufen werden kann: <http://www.askallo.com/kl4e20p/survey.html>. Alle Angaben werden vertraulich behandelt und anonym ausgewertet. Die Ergebnisse sind für den HDE und seine Pressearbeit eine wichtige Grundlage.

+++ Nachdem Tchibo das **Sodastream**-Gerät „Penguin“ zu 99 Euro angeboten hat, unterschreitet nun Fegro/Selgros mit einem Preis von nur 79 Euro dieses Preisniveau. Fachhändler zahlten zum gleichen Zeitpunkt jedoch 88,40 Euro für das Gerät und fragen sich nun, ob sie besser vom Lieferanten oder vom Großmarkt ihre Ware beziehen sollen.

+++ Die sächsische Landtagsfraktion der **Partei „Die Linke“** hat eine Organklage gegen die Staatsregierung angekündigt. Finanzminister Georg Unland (CDU) hat ihrer Meinung nach eine Kleine Anfrage zur Vernichtung von Porzellan in einer nächtlichen Aktion der **Staatlichen Porzellanmanufaktur Meissen** nicht ausreichend beantwortet: Menge und Wert seien nicht genannt worden. Die Manufaktur gehört dem Freistaat Sachsen. Ihr Geschäftsführer Dr. Christian Kurtzke kündigte nach der Umstrukturierung schwarze Zahlen an. Es zeichne sich vor Zins und Steuern ein Gewinn von rund 500.000 Euro ab. Im Jahr zuvor sei der operative Verlust um 1,6 Millionen Euro verringert worden. Der Umsatz soll von 31,8 Millionen Euro auf 35 Millionen Euro steigen.

Kurzmeldungen

+++ Der **GPK-Bundesverband** ist auf der Messe „Ambiente“, **11.02. bis 15.02.2011** an allen Tagen mit einem **Messebüro** vertreten. Da dieses nicht durchgehend besetzt ist, ist eine gezielte Absprache für Gespräche mit Geschäftsführer Thomas Grothkopp sowie mit Präsidiumsmitgliedern vor und während der Messe (auch am Wochenende) über Tel. 0221/940 83-20 möglich.

+++ GPK Bundesverband und federführend EK/Servicegroup führen vom 27.04. bis 01.05.2011 eine **Händler-Studienreise nach China** durch. Die Leistungen umfassen den Linienflug mit Lufthansa Frankfurt-Hong Kong – Frankfurt, Transfers, drei Übernachtungen im Harbour Plaza Metropolis Hotel in Kowloon (4 Sterne), geführte Touren zu verschiedenen Shopsystemen, Messebesuch Hong Kong Gifts & Premium Fair 2011, Hafensbesuch zum Thema Volumengeschäft, Sightseeing Tour mit dem Bus, Farewell Dinner mit Symphony of Lights Show. Die Angebotsschwerpunkte der Messe liegen bei Geschenkartikeln, Werbegeschenken, Festartikeln, Christbaumschmuck, Silberwaren, Schreibwaren, Keramik-Ziergegenständen, Spielwaren, Sportartikeln, Schirmen, Kleinlederwaren und Uhren. Der Reisepreis beträgt 1.692 Euro

(Doppelzimmer) bzw. 1.898 Euro (Einzelzimmer). Eine Reiseverlängerung ist möglich. Information und Anmeldung: Lagraff Reisen e.K., Klaus Menges, Tel. 02630/9637-0, Fax 02630/9637-17, klaus.menges@lagraff.de.

+++ Vom **5. bis 10. März 2011** findet die jährliche **Händler-Studienreise zur International Home and Housewares Show in Chicago** statt. Sie umfasst den Messebesuch, einen Vortrag von Derek Miller (Chicago-Messe) inkl. Messerundgang, den Zugang zur International Lounge auf der Messe an allen Messetagen, geführte Touren zu verschiedenen Einzelhandelskonzepten am Dienstag und Mittwoch. Im Reisepreis von 1.498 Euro im Doppelzimmer bzw. 1.798 Euro im Einzelzimmer sind enthalten: Lufthansa-Linienflug in der Economy Class ab Frankfurt/an München, innerdeutsche Anschlussflüge, Flughafentransfers Chicago, vier Übernachtungen im Hyatt Regency Hotel inkl. TAX, ohne Frühstück, Stadtplan und Informationsmaterial Chicago, Transfer zur Messe und zurück ins Hotel am 6. März. Information und Anmeldung: Lagraff Reisen e.K., Klaus Menges.

+++ Der **Handelsverband Deutschland (HDE)** führt bis inklusive 21.02.2011 seine



Impressum

Herausgeber

Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V.

Redaktion

Thomas Grothkopp (verantwortlich), Imke Ide

GPK Verlags- @ Service GmbH

Frangenheimstraße 6, 50931 Köln

Tel. 0221/940 83-20, Fax -90

gpk@einzelhandel.de, www.gpk-online.de

Redaktionsschluss: 21. Januar 2011