

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

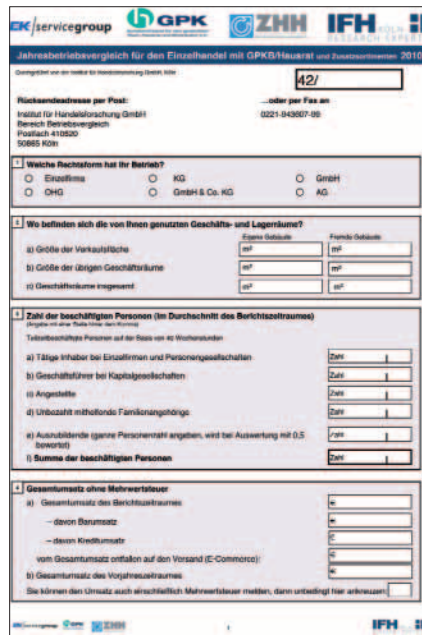
Institut für Handelsforschung (IFH)

Erhebung zum Jahresbetriebsvergleich gestartet

Der Monatsvergleich, den das IFH für die Branche durchführt, ist jetzt in den Regelbetrieb genommen worden. Die angestrebten Teilnehmerzahlen sind zwar noch nicht erreicht, doch immer mehr Händler erkennen den Wert, sich monatlich mit den eigenen Umsatzen zu beteiligen und die Durchschnittswerte als Vergleich zu erhalten.

Das Kölner Institut hat jetzt auch den Jahresbetriebsvergleich freigeschaltet. Er entspricht in seiner Systematik dem von Wolfgang Neef und Sigrid Wies entwickelten Jahresvergleich und baut auf den Daten des Jahres 2009 auf. Der große Vorteil dabei ist, dass die Erfassung jetzt online angeboten wird und die Eingabemaschinen die Bearbeitung erleichtern. So ist schnell erkennbar, wenn Zahlen eingegeben werden, die keinen Sinn ergeben. Auch werden – soweit vorhanden – die Vorjahresdaten des jeweiligen Unternehmens angezeigt, die in einigen Rubriken mit einem Mausklick übernommen werden können. Ein Vorteil gegenüber der bisherigen Systematik ist, dass der Vergleich sich in seinem Aufbau exakt nach dem Handelskontenrahmen SKR 03 der Datev richtet.

Einige Erfa-Gruppen analysieren auf ihren Frühjahrstreffen intensiv die Vorjahresdaten. In diesem Jahr haben die Erfa-Gruppen-Betreuer die Jahresbetriebsdaten für 2010 aufgenommen und stellen sie, soweit das Einverständnis der Gruppenmitglieder vorliegt, dem IFH zur Verfügung. Diese Teilnehmer kommen in den Genuss der Durchschnittsergebnisse – und dies für 2010 kostenfrei! Damit ist per se gewährleistet, dass der Betriebsvergleich von vorn herein repräsentativ ist.



Die Darstellungen der Ergebnisse erfolgen auf modernstem Stand: Farblich, mit unterschiedlichen, übersichtlichen Diagrammen. Die eigenen Ergebnisse sind den Durchschnittswerten gegenübergestellt, es werden Häufigkeiten gezeigt. Hinzu kommen umfassende Erläuterungen insbesondere im Jahresvergleich, die über bequeme Pop-up-Menüs aufgerufen werden können. Als Marktführer bei den Handelsvergleichen konnte das IFH in diese Tools umfassend investieren, die Branche profitiert von der Spezialisierung und der Erfahrung des Instituts aus mehr als 30 Branchenvergleichen.

Auch in der täglichen Arbeit der Unternehmensberatung und Erfa-Gruppenbetreuung wird sich der neue Vergleich schnell bewähren: Bei ausdrücklicher Zustimmung der Beratungskunden und der Gruppenmitglieder haben Erfa-Betreuer die Möglichkeit, sich verschiedenste Gegenüberstellungen zusammenstellen zu las-

weiter auf Seite 20

Karstadt und Kaufhof

Quo Vadis Warenhäuser?

Der Kaufhof schließt im kommenden Jahr vier seiner derzeit 109 Filialen. Betroffen sind die Häuser in Gießen, Köln-Kalk, Nürnberg-Aufseßplatz und Oberhausen-City mit 228 Mitarbeitern. Die Metro-Tochter beschäftigt insgesamt 24.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland und Belgien, wo sie 15 Warenhäuser betreibt. In Deutschland ist Galeria Kaufhof in 80 Städten vertreten. Mit der Wiederaufnahme des Kaufhof-Verkaufs wird ab Herbst gerechnet. Die Lebensmittelzeitung (LZ) spricht sogar von einem möglichen Börsengang, zumindest einer Umwandlung in eine AG.

Unklarer ist hingegen der Weg, den Highstreet mit Eigentümer Nicolas Berggruen verfolgt. Vertriebschef Andreas Boznar, der noch vom Insolvenzverwalter eingestellt und von Berggruen übernommen worden war, ist ausgeschieden und bislang nicht ersetzt. Bis auf Chefeinkäufer Marco Schöner, der seit vier Jahren für Karstadt arbeitet, besteht die Geschäftsführung nur noch aus Newcomern. Hoffnungen werden auf die erste Führungskräftekonferenz im September gesetzt. Die Mitarbeiter erwarten Informationen über die Ausrichtung des Unternehmens, das der Investor in die Bereiche Premium, Waren- sowie Sporthäuser segmentiert hat.

An die Politik vor der Insolvenz erinnert der Verkauf von Immobilienvermögen: Das Traditionshaus München-Oberpollinger ging kürzlich an einen Immobilienentwickler, zuvor wurden drei Häuser in Hamburg und München verkauft. Von den ursprünglich vom Insolvenzverwalter übernommenen 164 Liegenschaften besitzt Highstreet heute nur noch gut 120, berichtet die LZ. Die Finanzierung des Warenbestandes wurde vielfach den Lieferanten aufgedrückt, die bei Karstadt ihre Sortimente selbst bewirtschaften müssen. <

IVSH und VKI

Export und Industrienachfrage treiben die Branchen nach vorn

Im Mai führen traditionsgemäß die Industrieverbände ihre Jahresversammlungen durch und veröffentlichen ihre Geschäftsberichte. Die Quintessenz: Nach der Krise folgt nun die Erholung, die Umsätze steigen, die Zuwachsraten sind hoch. Und die Kurven im privaten Konsum bleiben im Aufschwung so flach wie in der Wirtschaftskrise.

Die im Verband der Keramischen Industrie (VKI) organisierte Industrie meldete für 2010 ein Umsatzplus von 15,1 % und erwirtschaftete mit ihren 10.123 Beschäftigten 1,03 Milliarden €. Impulsbringer ist dabei die technische Keramik, deren Hersteller ihre Produktion um 26,6 % steigerten – 18,9 % im Inland und 32,4 % im Export. Die Porzellanhersteller verzeichneten jedoch im Schnitt rückläufige Umsätze: Minus 5,8 % im Inland auf 165 Millionen € bei einem Absatz von 32.266 Tonnen, das sind minus 7,0 %. Per Saldo konnte der Wert gesteigert werden. Will heißen: Es wurden höhere Preise durchgesetzt oder es wurden wertigere Produkte verkauft. Der Export konnte um 1,3 % gesteigert werden, die Zahl der Beschäftigten sank um 6,0 % auf 3.955. Der Gesamtumsatz sank damit um 2,5 %.

Erfreulich das Ergebnis der Hersteller von Hotelporzellan: Sie konnten ihre Umsätze um 7,3 % steigern. Dazu trug insbesondere der Marktführer BHS Tabletop mit den Marken Bauscher, Schönwald und Tafelstern (früher Hutschenreuther Hotel) bei.

Fortsetzung von Seite 19

sen. Mehr als ein Dutzend Erfa-Gruppen der Branche können dieses Angebot nutzen.

Trotz erheblich höherem Nutzen ist der Jahresbetriebsvergleich kostenmäßig interessant. Er kostet 95 €, bei Datenmeldung per Brief oder Fax wird eine Eingabepauschale von 15 € berechnet. Die Teilnahme an den Vergleichen steht allen Fachhändlern offen. Der gewissenhafte und vertrauliche Umgang mit den Daten wird vom Institut garantiert. Es kann wahlweise am Monatsvergleich, am Jahresbetriebsvergleich oder an beiden teilgenommen werden, wobei der Jahresvergleich automatisch auf Monatsmeldungen zurückgreifen

In den Werten der Porzellanindustrie sind die Manufakturen übrigens nicht enthalten, für die mangels Beteiligung des Marktführers keine Daten veröffentlicht werden können.

Sorgen bereiten der Porzellanindustrie die steigenden Preise insbesondere für Energie, aber auch die kontinuierlich steigenden Lohnkosten. Hier wird die Befürchtung geäußert, dass die deutsche Industrie weiter an Wettbewerbsfähigkeit einbüßt und es zu weiterem Produktions- und Stellenabbau kommen könnte.

Auf seiner Tagung am 20. Mai in Selb wurde der Vorstand in seinem Amt bestätigt. VKI-Vorsitzender ist Rolf-Michael Müller, CFO der CeramTec. Für die Porzellanindustrie gehören Nicolas-Luc Villeroy von Villeroy & Boch als Stellvertretender Vorsitzender sowie Werner Weiherer, Porzellanfabriken Christian Seltmann und Christian Strootmann, BHS Tabletop, dem Vorstand an.

Wenige Tage später – am 26. Mai – veröffentlichte der Industrieverband Schneid- und Haushaltswaren (IVSH) seine Jahresstatistiken. Auch hier konnte man erleich-

kann. Die Berechnung der Gebühren, 60 € p.a. für den Monatsvergleich, 95 € für den Jahresvergleich mit Aufschlägen für die manuelle Erfassung durch das Institut von 5 € pro Monat bzw. 15 € für die Jahresmeldung, erfolgt grundsätzlich durch das IFH. Der GPK-Bundesverband bietet attraktive Kombipreise für alle Erfa-Gruppen-Händler an, auch der ZHH offeriert seinen Mitgliedern Sonderpreise.

Wer sich mit dem neuen Jahresbetriebsvergleich vertraut machen möchte, findet eine Demoversion unter www.ifh-benchmarking.de. Mit Erläuterungen und Beratungen erfolgt die Vorstellung auf den Erfa-Gruppen-Treffen im Herbst. <

tert feststellen: Das Jahr 2010 hat die positive Wende aus der Krise heraus gebracht. Der Gesamtumsatz der deutschen Schneid- und Haushaltswarenindustrie stieg im Jahr 2010 um 7,9 % auf 1,86 Milliarden €, während im Jahr 2009 lediglich der Bereich der Haushalts-, Küchen- und Tafelgeräte (HKT) wuchs und die Schneidwaren- und Besteckindustrie zweistellige Umsatzrückgänge hinnehmen musste. Im vergangenen Jahr legten jedoch auch diese positiv zu: um 11,2 % auf 932 Millionen € die Schneidwarenindustrie, um 1,6 % auf 155 Millionen € die Besteckindustrie – vor dem Hintergrund eines Umsatzverlustes von über 20 % im Jahr 2009 noch keine wirklich gute Steigerung – und um 5,4 % auf 773 Millionen € die HKT-Industrie.

In einer getrennten Betrachtung widmet sich der IVSH der reinen Fertigung von Produkten. Sie sank in der letzten Krise um fast 12 % über alle Sparten. Im Jahr 2010 gab es die Trendumkehr, die Produktion wuchs um 2,9 % auf gut 1 Milliarde €. Getragen wurde dies durch die unverändert größte Sparte der Schneidwarenproduktion, die um 4,3 % auf 677 Millionen € stieg. HKT brachten es auf gut 311 Millionen €, knapp 1 % Anstieg. Weiter rückläufig war die Besteckproduktion, die im vergangenen Jahr um 6 % auf 27,5 Millionen € schrumpfte. Dies war vor allem dem Segment der rostfreien Edelstahlbestecke geschuldet, bei denen die Fertigung um 11,7 % auf 19,5 Millionen € sank.

Das stärkste Wachstum im HKT-Bereich verzeichnete die Schnellkochtopfproduktion mit plus 20,6 % auf knapp 40 Millionen €. Hier wurden die Umsatzverluste der rostfreien Kochgeschirre von 0,7 % auf 216 Millionen € und von Tafelgeschirren- und -geräten von gut 17 % ausgeglichen.

Auch der IVSH beklagt den Anstieg der Energiepreise und der Materialkosten. Er fragt zugleich, ob die sich verbessernde Situation in der deutschen Fertigung der Konjunkturentwicklung zu verdanken oder ob inzwischen auch hier ein Umdenken festzustellen ist, da Material und Energie weltweit teurer werden und die Arbeitskosten in Fernost und die Transportkosten steigen.

Vorsitzender im zwölfköpfigen Vorstand des IVSH ist Torsten Kolb, Müller & Schmidt Pfeilringwerk, seine Stellvertreter sind Oliver Berking, Robbe & Berking und Rudolf Rohe von Schulte Ufer. <

Jubiläum

70. Geburtstag Holger Wenzel

Was wären der GPK Bundesverband und GPK intern ohne ihn? 40 Jahre lang arbeitete Holger Wenzel für die Einzelhandelsorganisation, zunächst in Düsseldorf unter Wilmar Bonenkamp, von dem er die Geschäftsführung des Bundesverbandes des deutschen Glas-, Porzellan- und Keramikhandels übernahm, dem die Branche das Kürzel „GPK“ verdankt.



Wenzel folgte Bonenkamp auch nach Köln, wo dieser die Geschäftsführung der Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels (HDE) übernahm, dem heutigen Handelsverband Deutschland (HDE) mit seinen Büros in Berlin und Brüssel.

Wenzel arrondierte in seiner Geschäftsstelle weitere Bundesfachverbände für Elektrogeräte und Leuchten, Radio und Fernsehen sowie Spielwaren, die heute im HDE-Fachbereich „Technik“ von seinem langjährigen Assistenten und heutigen Nachfolger Willy Fischel geführt werden. Lediglich der GPK-Verband wechselte im Jahr 1993 in die seitdem von Thomas Grothkopp geführte Geschäftsstelle des heutigen Fachbereichs „Wohnen und Büro“, der in seiner Geschäftsstelle in der Fachschule des Möbelhandels mittlerweile die Zuständigkeit für alle Branchen im Bereich Möbel, Küchen, Einrichtung, Tisch- und Küchenausstattung, Büroausstattung und Raumeinrichtung hat.

Und was hat Wenzel mit GPK intern zu tun? Die Bundesfachverbände gaben früher eigenständige Mitgliederrundschreiben heraus. Der Diplom-Volkswirt Wenzel hatte schon früh Erfahrungen als Sport-Reporter

und sich dort eine flotte Schreibe angeeignet. Da fiel es ihm nicht schwer, einem eher biedereren Rundschreiben eine flotte Note, einen kämpferischen Stil ganz im Sinne des Fachhandels einzuhauchen. Denn Wenzel verstand es, gemeinsam mit Bundesverbandsvorsitzenden wie Walter E. Ferdinand, den Lieferanten eine klare Ansage zu machen, was Händler von ihnen erwarten. Und so ganz nebenbei war es auch Ziel, der stolzen, von hochwertigen, kulturtragenden Produkten und Marken geprägten Branche eine Ausgabe von „Markt Intern“ zu ersparen. Dafür gab es „GPK aktuell“, das später auf eigenständigen Seiten des Fachmagazins „Porzellan & Glas“ erschien, heute als „GPK intern“ in „P und G“.

Im Jahr 1993 holte HDE-Präsident Hermann Franzen, Inhaber des Porzellanhauses Franzen an der Düsseldorfer Königsallee, Holger Wenzel als Hauptgeschäftsführer zum HDE. Er hatte die schwierige Aufgabe, die festgefahrenen HDE-Metro-Prozesse zu beenden, was ihm mit der Integration der Metro letztlich auch gelungen ist. Der Preis war allerdings für viele Jahre der Verzicht auf die Karstadt-Mitgliedschaft, denn der Essener Konzern fand seine Heimat im Handelsverband BAG. Doch in Wenzels 14 Dienstjahren beim HDE fielen die Fusionen mit den einstmaligen eigenständigen, rivalisierenden „Schwesterverbänden“ BFS (2002) und BAG (2006) bzw. deren Mitgliedern wie auch der Umzug des HDE von Köln nach Berlin und die Etablierung des HDE-Büros in Brüssel.

Im Jahr 2007 ging der gebürtige Unterfranke Wenzel, der mit seiner Frau in Berlin wie auch in der Nähe Kiels an der Ostsee wohnt, in den Ruhestand. Beim HDE ist er ein immer wieder gern gesehener Gast, der die Arbeit seines Nachfolgers Stefan Genth wohlwollend begleitet, ohne sich selbst einzumischen. Herzliche Glückwünsche zum runden Geburtstag! <

Standpunkt

Es steht jedem frei, wie er sich betriebswirtschaftlich aufstellt und arbeitet. Doch wer fühlt sich schon wohl bei einem kaufmännischen Blindflug? Die eigenen Kennziffern zeigen im Mehrjahresvergleich eine Entwicklung, doch wie man im Wettbewerb mit anderen Unternehmen der gleichen Branche und an vergleichbaren Standorten steht, wie produktiv und rentabel sie arbeiten, welches Potential noch nicht ausgeschöpft ist – das erkennt man nur über die Teilnahme an einem Betriebsvergleich.

Den „Kopf in den Sand zu stecken“, möglicherweise unangenehmen Wahrheiten aus dem Weg zu gehen, erinnern wir vielleicht aus der Schulzeit, wenn wir Ergebnisse von Klassenarbeiten nicht zur Kenntnis nehmen wollten. Zur unternehmerischen Verantwortung passt dieses durchaus menschliche Verhalten jedoch nicht. Hier gilt knallhart: Ich muss wissen, wo ich stehe. So erklärt sich auch, dass der Vortrag von Peter Obeldobel, Chef der über 200 WMF Filialen, eine überdurchschnittlich positive Bewertung bekommen hat, obwohl die Geschäfte mitunter als harte Wettbewerber eingestuft werden. Doch Obeldobel hat sich nicht gescheut, interessante Kennziffern den fast 300 Branchenexperten vorzutragen. Und das Risiko in Kauf zu nehmen, dass mancher Tagungsteilnehmer noch bessere Ergebnisse vorweisen kann als er!

Einen klaren Vorteil bietet die Teilnahme auch gegenüber dem Finanzamt und bei Bankgesprächen. Wie oft rufen Mitgliedsunternehmen in häufig großer Not bei mir an und bitten um Argumentationshilfe – um Durchschnittsdaten der Branche. Streng genommen dürfte ich ihnen nicht helfen, wenn sie sich nicht selbst beim Monats- bzw. Jahresvergleich einbringen! Ich versuche es dann aber argumentativ. Denn Betriebsprüfer wie auch Banker zeigen großen Respekt, wenn ein Unternehmen an einem Branchenvergleich aktiv teilnimmt und die inhaltlich und grafisch gut aufbereiteten Daten vorlegen kann. Selbst, wenn andere Unternehmen bessere Daten vorweisen – wichtiger ist noch die Tatsache, betriebswirtschaftliches Engagement zu zeigen. Und das kann man nirgendwo besser als im Branchenvergleich GPK/Hausrat/Geschenkartikel beim IFH in Köln.

Thomas Grothkopp



Kurzmeldungen

+++ Die GPK-Branchentagung in Ulm war ein voller Erfolg. Dies ist das Ergebnis der ausgewerteten Fragebögen aus der Veranstaltung. Auch mit der Teilnehmerzahl von 286 Personen können wir mehr als zufrieden sein. Die zur Weitergabe an die Teilnehmer freigegebenen Referats-Charts stehen als Downloads im Internet. Teilnehmer können, soweit sie die Daten nicht per E-Mail erhalten haben, Link und Passwort in der GPK-Geschäftsstelle abrufen: Tel. 0221-94083-20, Fax -90, gpk@einzelhandel.de.

+++ Ein Besteckset, das als „Made in Germany“ und „Produziert in Deutschland“ beworben wird, muss in allen wesentlichen Herstellungsschritten in Deutschland produziert werden. Das OLG Düsseldorf stellt fest, dass die Rohmesser nicht aus China kommen dürfen (I-20 U 110/10).

+++ Das OLG Celle hat kürzlich entschieden, dass es wettbewerbswidrig ist, wenn in einer Werbeanzeige ein Testergebnis verwendet wird, ohne gleichzeitig deutlich lesbar anzugeben, wo der Verbraucher nähere Angaben zu dem Test erhalten kann. Darauf weist der HDE seine Mitglieder hin. Allein die Angabe einer Fundstelle reiche nicht aus. Vielmehr müsse die Fundstelle aufgrund der Gestaltung der Werbung für den Verbraucher leicht auffindbar sein. Dies sei nur der Fall, wenn die Fundstelle aufgrund der Gestaltung der Werbung leicht lesbar sei. Davon ist nach Auffassung des OLG auszugehen, wenn ein normalsichtiger Betrachter die Angabe ohne besondere Konzentration und Anstrengung lesen könne, was im Regelfall eine Schriftgröße von mindestens 6 Punkt erfordere. (OLG Celle, Az. 13 U 172/10, Urteil vom 24.02.2011)

+++ Formland ist Skandinaviens Leitmesse für Wohnaccessoires, Möbel, Gartenartikel und Design. Sie findet vom 18. bis 21. August 2011 im dänischen Herning, ca. 200 km nördlich von Flensburg, statt. Skandinavische Designmöbelhersteller präsentieren sich im neuen Bereich „Furniture“. Die passenden Wohnaccessoires und Gartenartikel werden in weiteren Messebereichen angeboten. Als Anreise empfiehlt die Messe den neuen Messezug von

Hamburg nach Herning. Im Frühjahr besuchten 13.530 Menschen die Messe. Interessenten können über den Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel (BVDM) kostenlose Eintrittskarten beziehen. Kontakt: nicole.wagner@einzelhandel.de, Tel. 0221/940 83-50, Fax -90. www.formland.com

+++ Der Handelsverband Deutschland (HDE) führt seine Sommerumfrage zur konjunkturellen Entwicklung und zu anderen, den Einzelhandel bewegenden Themen durch und bittet seine Mitgliedsunternehmen um breite Unterstützung. Die Befragung der Unternehmen erfolgt ausschließlich über das Internet. Der Link zum Online-Fragebogen steht bis zum 18. Juli 2011 zur Verfügung. Teilnahmechluss ist der 28. August 2011. Auf Wunsch erhalten die Teilnehmer bei ausreichendem Rücklauf nach Abschluss der Befragung die Ergebnisse für ihre Branche in Form einer Basisauswertung. Die positive Resonanz bei den teilnehmenden Unternehmen – ein Viertel der Betriebe fordert eine Auswertung an – zeugt vom Interesse bei den Mitgliedern. Kontakt: HDE, Olaf Roik, Tel. 030/726 250-22, Fax -29, roik@hde.de, www.einzelhandel.de

+++ Das EC-Lastschriftverfahren erfreut sich im Handel immer größerer Beliebtheit, sein Anteil stieg – ungeachtet der Tatsache, dass die Banken es abschaffen wollen – auf einen Marktanteil der Zahlungen von 12,3 Prozent.

+++ In GPK intern 6-2011 wurde darauf hingewiesen, dass seit dem 1. September 2009 Kundendaten grundsätzlich nur noch abgespeichert werden dürfen, wenn der Kunde dem zugestimmt hat. Werden die Daten sogar an Dritte, beispielsweise für Gemeinschaftswerbung, weitergegeben, muss der Kunde diesem – wie bei der Erlaubnis von Telefon- und E-Mail-Werbung – noch einmal separat zustimmen. Zudem wurde berichtet, dass es für vor dem 1. September 2009 erhobene Kundendaten eine Übergangsfrist bis zum 31. August 2012 gibt, bis zu dem die Einwilligung des Kunden eingeholt werden muss. Hier gibt es allerdings eine Ausnahme: Jetzt und in Zukunft können nach § 28, Abs. 3 S. 2 Nr. 1

Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) weiterhin Daten ohne Kundeneinwilligung erhoben, gespeichert und verwendet werden, wenn diese sich nur auf Name, Anschrift, Geburtsjahr, Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung und Zugehörigkeit zu einer bestimmten Personengruppe (also „statische“ Daten) beschränken oder die Daten aus einem allgemein zugänglichen Verzeichnis erfasst werden. Das Problem: Werden - beispielsweise im Rahmen eines Kunden-Information-Systems oder für eine Bonusberechnung - auch Umsatz- oder andere Response- bzw. Bewegungsdaten erfasst, ist die Kundeneinwilligung zwingend erforderlich. Ansonsten dürfen die Adressen im Rahmen der oben genannten Fristen nicht mehr verwendet werden – nach September 2009 aufgenommene Kundenadressen mit Bewegungsdaten also bereits jetzt schon nicht mehr. Hinzu kommt: Die Ausnahmeregelung des BDSG fordert für solche Daten die Speicherung in einer separaten Datei. Enthält die Datei jedoch nur eine einzige Adresse mit einer nicht erlaubten Angabe wie Telefon-Nummer oder Umsatz, so darf die gesamte Datei nicht mehr verwendet werden! Mit der Folge, dass gespeicherte Telefon-Nummern und E-Mail-Adressen ohne eine separate Einwilligung des Kunden zur Sicherheit gelöscht werden müssten. Es empfiehlt sich deshalb dringend, zumindest von Neu-Kunden ab sofort eine entsprechende Einwilligung einzuholen. Wer auf Nummer sicher gehen will, sollte sich professionell beraten lassen. Die Gesellschaft für Personaldienstleistungen (GfP), ein Unternehmen der Einzelhandelsorganisation, bietet dazu einen kostenlosen Datenschutz-Erstcheck: Tel. 0561/78968-68, Fax -61, info@gfp24.de.



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: 22. Juni 2011