



## Bürowirtschaft - flexibel und sachorientiert in allen Lagen

**Frankfurt/Main, 30. Januar 2010: Das Jahr 2009 hatte es in sich, die Schere zwischen den Unternehmensentwicklungen wurde immer größer. Der gut aufgestellte mittelständische Fachhandel hat sich flexibel angepasst und seine Stärken ausgespielt. Die gesamte Branche musste jedoch hart kämpfen, der Erfolg ist ungleich verteilt.**

Bis Anfang 2009 waren die Konsequenzen der globalen Schiefelage nicht deutlich zu erkennen. Der BBW riet aber schon auf der Paperworld 2009 zu zwei Prognosen, eine davon mit gedämpften Zahlen. Die Branchenstatistik des BBW war bis Dezember 2008 vollständig in den schwarzen Zahlen, ab Januar 2009 jedoch in den roten Zahlen. „Dieser abrupte Abriss in der Geschäftstätigkeit ist bislang beispiellos“, beschreibt Thomas Grothkopp, Geschäftsführer BBW, das Ausmaß der Entwicklung.

Die BBW-Prognosen für die Bürowirtschaft konnten nicht gehalten werden. PBS-Ladengeschäfte im privaten Konsum befanden sich mit minus 2,5 % im Mittel des gesamten Einzelhandels, für den ein reales Minus von ca. 2 % für das gesamte Jahr 2009 berechnet wurde. Die anderen Sparten der Bürowirtschaft konnten nur mit harten Einschnitten die Bilanz konsolidieren oder schrieben deutliche Verluste.

Der PBS-Streckenhandel, also das Büromaterial-Geschäft mit gewerblichen Endkunden, hat nach starken saisonalen Schwankungen im Umsatzvergleich Ende 2009 ein aufgelaufenes Minus von 11 % erreicht. Dies übersteigt deutlich das Minus von 5 % im deutschen Bruttoinlandsprodukt (BIP) und die Abnahme der Beschäftigtenzahlen um nur ca. 1 %. Es ist jedoch ein guter Hinweis auf die Zahl der geleisteten Arbeitsstunden in deutschen Büros, die zurückgefahren wurden. Schwer getroffen ist allerdings der Export der deutschen Hersteller, der überwiegend einen deutlichen zweistelligen Umsatzrückgang zu verkraften hat.

Der Markt Drucker, Kopierer und IT-Ausstattung war nicht so stark betroffen wie das Verbrauchsmaterial für diese Geräte. Früher verlief die Kurve anders, die Investitionen wurden schnell zurückgestellt, der tägliche Verbrauch sank langsamer. Das bewirkte, dass beim Handel nur drei Prozent Minus für technische Geräte im gesamten Umsatz des Jahres aufliefen, allerdings mit starken Schwankungen im Jahresverlauf. Ulf Ohlmer, BBW-Präsident, folgert daraus zwei Punkte: „Es wurden im Jahr 2009 weniger neue Systeme beim Endverbraucher installiert, stattdessen bereits bestehende Verträge verlängert.“ Der Umsatzrückgang in der Industrie ist erheblich höher als im Handel. „Zum Zweiten“, fährt Ohlmer, der auch aktiver ITK-Fachhändler ist, fort, „gehören Druck und Kopie nicht mehr in den Bereich Investition, sondern werden als tägliches Betriebsmittel angesehen, dessen Erneuerung nicht aufschiebbar ist.“

Die am stärksten vom Umsatzrückgang betroffene Sparte sind die Büro- und Objekteinrichter. Das schlagartige Ausbleiben größerer Bestellungen quer durch alle Unternehmen hat der Sparte ein Umsatzminus von 36 % gebracht. Dies ist der mit Abstand schlechteste Wert, den der BBW in den 35 Jahren seines Bestehens verzeichnen musste. „Büromöbel und die Dienstleistungen waren in der Breite nicht mehr verkäuflich“, stellt der BBW-Geschäftsführer Thomas Grothkopp klar. Unglaublich wirkt es, dass es jedoch in allen größeren Städten Fachhändler gibt, die keinen oder einen nur sehr geringen Umsatzrückgang verzeichnen mussten. Hier wird die Schere zwischen den Vertriebskonzepten und Unternehmenskulturen besonders deutlich.

### **PBS-Ladengeschäft mit Büro- und EDV-Bedarf sowie Papeterie**

Das Jahr 2009 schloss mit einem Minus von 2,5 %. Der gesamte Branchenumsatz beträgt damit 3,07 Mrd. Euro und entspricht weitgehend dem Umsatzniveau von 2007. Die Branche entwickelte dennoch die Konzepte für das Ladengeschäft weiter, Category Management gewinnt momentan in allen Ladengrößen an Bedeutung. Im letzten Jahr realisierte Maßnahmen brachten an einem Standort Umsatzzuwächse von 13 % auf der identischen Ladenfläche. „Weniger ist mehr“ gilt in vielen Fachgeschäften: Der Kunde findet den Weg zu seinen Produkten selbst, weil die Wegeführung und Sortimentsgestaltung für Übersichtlichkeit sorgt. So bleibt mehr Zeit für Beratungsgespräche, wo die Stärke des

Fachhandels liegt. „Um genau diesen Aspekt zu fördern, hat der BBW 2009 das Projekt „Zertifizierter Fachberater PBS“ vorbereitet“, betont der BBW-Geschäftsführer, „das Projekt wird auf der Paperworld 2010 offiziell gestartet.“ Mit Internet-Lernen und Praxistagen (Blended Learning) wird über 18 Monate hinweg die PBS-Warenkunde nachhaltig erweitert. Der Kurs ist offen für alle Branchenunternehmen. Der erste Lehrgang mit Präsenztagen in Stuttgart ist bereits vollständig belegt.

### **PBS-Streckenhandel**

Der Umsatzrückgang im Streckenhandel beläuft sich für 2009 auf minus 11 % und ergibt damit ein Umsatzvolumen von 4,13 Milliarden Euro. Seit Februar 2009 sind die monatlichen Umsatzrückgänge gegenüber dem Vorjahr nahezu konstant.

Besonders die großen Vertriebsformen haben unter den Einbrüchen in der Wirtschaft gelitten, weil die Konzerne als A-Kunden der Global Player deutlich hinter der Performance der mittelständischen Fachhändler blieben. Der deutsche Mittelstand beweist sich in Zeiten der Krise somit auf beiden Seiten der Geschäftsbeziehung als stabilisierender Faktor und hat dadurch Marktanteile hinzugewonnen.

Die Ertragslage in der Sparte ist angespannt. Die Kosten können vor allem in der Prozesskette verringert werden. Die zu 100 % automatische Bestellkette ist jedoch keine optimale Lösung, individuelle Ansprüche der Kunden können manuell oftmals effizienter gelöst werden. „Interessant ist allerdings die genaue Grenze zwischen Automatisierung und händischer Bearbeitung“, präzisiert der BBW-Präsident Ulf Ohlmer, „dieser Punkt unterscheidet sich bei den Streckenhändlern sehr deutlich je nach Unternehmensgröße, Sortiment und Kundenstamm.“ Es scheint, als ob die propagierte Vollautomatisierung zu hohen Kosten und Inflexibilität vor allem bei den Vorreitern der Entwicklung, den Global Players, verursacht. Die ständige Anpassung der Prozesse an weltweite Vorgaben und die Fusion führender Unternehmen führt wieder zu Kosten. Wesentliche Skaleneffekte werden dabei vernichtet, der Mittelstand ist mit Flexibilität ebenso effizient und dabei näher am Kunden.

## **Verbundgruppen und Großhandel**

Das gemeinsame Projekt heißt „Fachhandel“, die Wege dahin sind oftmals ähnlich. Vor allem kleinere Fachhändler ziehen die lose Bindung an einen Großhändler der Mitgliedschaft in einer der Verbundgruppen vor. Die Vorteile der Genossenschaften liegen dennoch klar auf der Hand. Wer sich dort einbringt, erfährt eine massive Unterstützung in den Bereichen Marketing, Außenauftritt, Logistik und Vertriebskonzepte und hat bei Herstellern und Banken eine deutlich bessere Kreditwürdigkeit. Und über die Finanzierung wird das Fortbestehen vieler Standorte entschieden. Die Ergebnisse der Verbundgruppen liegen allesamt über dem Schnitt der Branche, ein besseres Argument kann es nach dem schlechten Jahr 2009 nicht geben.

## **Stand der Branchenprojekte für PBS-Laden und Streckenhandel**

### ***Schreibwarenzeichen***

Das Schreibwarenzeichen ist ein Branchenprojekt für eine bessere Wahrnehmbarkeit von PBS-Fachgeschäften. Gestartet wurde dieses Projekt 2007, seitdem wird es vom BBW koordiniert und gemeinsam mit Großhandel und Industrie vorangetrieben. Das „Branchenlogo“ konnte auch 2009 wieder Fortschritte in der Verbreitung machen. Ulf Ohlmer bilanziert: „Das Zeichen für PBS-Fachgeschäfte wird jetzt bereits von über 600 Nutzern verwendet.“ Für 2010 sind weitere Marketing-Aktionen von Hersteller und Handel zur Verbreitung geplant. Unter anderem ist eine Urkunde für alle Nutzer in Vorbereitung, die im Ladengeschäft präsentiert werden kann.

### ***Zertifizierter Fachberater PBS***

Zusätzlich findet das Logo jetzt auch Verwendung im Zeichen des neuen Lehrgangs zum zertifizierten Fachberater PBS, der vom BBW auf der Paperworld offiziell gestartet wurde. In diesem Pilot-Lehrgang werden 24 Teilnehmer aus dem Handel erstmalig das Blended Learning System durchlaufen, das der BBW zusammen mit seinem Schweizer Partnerverband für die deutsche Bürowirtschaft adaptiert hat. In 18 Monaten wird somit erstmals eine umfassende PBS-Warenkunde über Internet und fünf Präsenztage an die Teilnehmer vermittelt. Damit können sowohl Auszubildende als auch Quereinsteiger umfassendes Wissen erwerben, das für die kompetente Kundenberatung unerlässlich ist.

### **39. Arbeitstagung forum bürowirtschaft: Du bist die Entscheidung**

Am Donnerstag, 29. April 2010 findet in Dresden die 39. Arbeitstagung des forum bürowirtschaft statt. „Du bist die Entscheidung“ ist Feststellung, Aufruf und Buchtitel zugleich. Der Starredner der Tagung ist der Autor des genannten Titels, Urs Meier, der allen Fußball-Interessierten als Schiedsrichter und Kommentator bekannt sein dürfte. Die Tagung richtet sich nicht an eine Spezialistengruppe der Bürowirtschaft, sondern an den Unternehmer mit seiner ganzen Persönlichkeit. Gerade im letzten Jahr hat sich gezeigt, dass es insbesondere auf den Menschen ankommt, ob der Unternehmenslauf in Zeiten der Krise sinnvoll gesteuert werden kann. Dazu können Urs Meier und weitere Referenten wesentliche Eckpunkte einer Überprüfung und Einschätzung liefern, die oftmals im Tagesgeschäft untergehen.

### **Büro- und Objekteinrichter**

Das Jahr ist schlecht gelaufen, anders kann man die Entwicklung seit Januar 2009 nicht beschreiben. Die Sparte musste mit einem Umsatzrückgang von 36 % auf 1,74 Milliarden Euro verkraften. In allen größeren Städten gab es aber auch Fachhändler, die das Jahr mit einem Plus abschließen konnten. Die Erfolgskriterien sind dabei offensichtlich eine mittlere Umsatzgröße, diversifizierte Mitarbeiter-Qualifikationen, ausreichend Eigenkapital und ein gestreuter Kundenstamm in Größe und Wirtschaftsbranche. Von Vorteil ist ein klares Geschäftsprofil, das sich vom Wettbewerb unterscheidet, mit Schwerpunkten wie Akustiklösungen, Ausstattung von Kindergärten und Schulen im Rahmen der Kleinkind- und der Ganztagsbetreuung sowie des Nachmittagsunterrichts im Zusammenhang mit der Verkürzung der Schulzeit an Gymnasien.

Im Jahr 2008 gab es in Deutschland ca. 800 bis 1 000 Fachhändler für Büro- und Objekteinrichtung. 2010 wird diese Zahl schrumpfen, das schlechte Jahr 2009 sowie die Folgewirkungen in diesem Jahr führen zu Betriebsschließungen, Aufkäufen oder Aufgeben der Sparte bei Vollsortimentern. Thomas Grothkopp unterstreicht die Dramatik der Entwicklung: „In Deutschlands zweitgrößter Stadt Hamburg und ihrem Umland gibt es beispielsweise nur noch ein halbes Dutzend Fachhändler, die strategisch und qualitativ in der Lage sind, die Projekte abzuwickeln, die in diesem Wirtschaftsraum ausgeschrieben werden.“

Insolvenzen gab es im Jahr 2009 auch bei Herstellern mit eigenem Handelsnetz: Größe allein schützt nicht vor Insolvenz, dies gilt auch im Fachhandel. Die Beratungsqualität bleibt unverzichtbar. Dabei ist das wichtigste Thema momentan die Akustik, dafür muss überzeugendes Know-how im Unternehmen sein. Während es für die Nachzügler noch ein Innovationsthema ist, haben es andere Händler bereits professionell in ihre Beratung eingebaut. Mit einigen Schallschluck-Paneelen ist dieser Störfaktor Nummer eins im Büro nicht zu beheben, grundlegende Überlegungen zur Büroraumgestaltung müssen frühzeitig in die Arbeitsplatzplanungen eingreifen. Die jetzt verstärkt auf den Markt kommenden passenden Planungstools können durch ihre Visualisierungsmöglichkeiten auch dem Bürobutzer-„Laien“ die Problemstellung eindrücklich vor Augen führen.

Der BBW engagierte sich auch im Jahr 2009 im Vorstand des Deutschen Netzwerk Büro (DNB). Dieses Netzwerk aller an der Büroarbeit Interessierten bietet die Chance auf Kooperationen über die Grenzen der Büroeinrichter-Welt hinaus mit dem Arbeitsschutz und anderen Branchen. Gerade jetzt ist das Aufgreifen neuer Themen über die bereits in der Branche gängigen hinaus wichtig für das erfolgreiche Kundengespräch.

### **Druck und Kopie**

Der Umsatz mit Druckern, Kopierern und Multifunktionsgeräten im gewerblichen Bereich ging 2009 über die gesamte Branche um 3 % zurück. Durch die funktionale Aufrüstung, den Trend zum Farbmanagement und weiteren Serviceangeboten zur effizienteren Arbeit konnte ein weitergehender Preisverfall größtenteils vermieden werden. Dennoch steht die Hardware selbst unter starkem Preisdruck. Deshalb gehen Hersteller-Konzerne neue Allianzen ein, mit weiteren Kooperationen und Konzentrationen wird in der nächsten Zeit gerechnet. Somit sind immer wieder Änderungen in der Produkt- und Firmenphilosophie fällig, deren Kommunikation zum Kunden hin mit höherem Aufwand verbunden ist als eine konsequente Fortführung bereits bestehender Entwicklungslinien aus einem Haus.

Schon im Jahr 2008 war die Finanzierung von IT-Geräten ein wichtiges Thema. Im Jahr 2009 stieg die Bedeutung jedoch nochmals stark an, wenn

auch anders, als erwartet. Das praxisferne Gesetz über das Kreditwesen (KWG light) bedrohte die gesamte Fachhandelslandschaft. Dies konnte vom Verband abgewendet werden. Der Präsident Ulf Ohlmer unterstreicht die Leistung des Verbands: „Der BBW konnte Bankiers-Pflichten für Kaufleute in Kooperation mit den anderen Branchengruppierungen abwenden. Das Bundesfinanzministerium hat endlich für Klarstellung gesorgt, hoffentlich arbeitet dies die nachgeordnete Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) auch genauso ab.“

### **Aussichten 2010**

Die Aussichten für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sind leicht positiv, der Sachverständigenrat rechnet mit 1,6 % Wachstum. Nach dem leichten Anstieg der privaten Konsumausgaben im Jahr 2009 sind dessen Reserven jedoch voraussichtlich erschöpft und eine leichte Abnahme um 0,1 % wird prognostiziert. Damit fällt der private Konsum als progressives Element der Konjunkturbelebung aus, hat aber 2009 wesentliche Einbrüche im gesamten Handel verhindert. Im Jahr 2010 müssten die Investitionsausgaben wieder steigen, der Bürowirtschaft kämen sie jedoch nur zum geringen Teil zu Gute. „Insgesamt ist für die Bürowirtschaft keine nachhaltige Erholung zu sehen“, formuliert Ulf Ohlmer die Perspektiven, „sondern eine Konsolidierung auf niedrigem Niveau.“

Der PBS-Fachhandel hat sich mit seiner Bedarfsdeckung im privaten Bereich im letzten Jahr weitgehend stabil gehalten. Mit Zusatzsortimenten lässt sich an geeigneten Standorten zielgruppenfokussiert etwas mehr Umsatz herausarbeiten, das Geld wird jedoch nicht locker sitzen. Große Verkaufstrends sind bislang nicht erkennbar, Merchandise und Licensing bringt Umsatz, aber keine dauerhafte Stabilität. Die BBW-Prognose für 2010 passt sich der gesamtwirtschaftlichen Prognose mit einem leichten Minus von 1 % an.

Der PBS-Streckenhandel wird sein Äquivalent auch 2010 in der Zahl der geleisteten Bürostunden finden. Nach dem Umsatz-Rückgang 2009 werden im Jahr 2010 allein die Basiseffekte für bessere Zahlen im Umsatzvergleich sorgen. Auch wenn bei Banken und Versicherungen sowie in der mittelständischen Wirtschaft noch mancher Büroarbeitsplatz wegfallen wird, gibt es im halbformellen selbständigen Wirtschaftssektor

immer wieder einen Zuwachs an Arbeitsplätzen, die Material verbrauchen. Eine Nullrunde ist für 2010 deshalb optimistisch, aber nicht unwahrscheinlich.

Bei den Büro- und Objekteinrichtern ist der Zenit der Umsatzrückgänge überschritten, der Volumenverlust ist beachtlich. „Bei stagnierender Anzahl an Büro-Arbeitsplätzen sowie einem hohen Ausstattungsbestand ist eine nachhaltige Erholung jedoch noch nicht zu erwarten“, dämpft Thomas Grothkopp allzu hohe Erwartungen an das neue Jahrzehnt, „die für den Streckenhandel abgegebene Prognose wird hier nicht greifen, weil die neu entstehenden Arbeitsplätze selten hochwertig ausgestattet werden.“ Auch wenn der Basiseffekt in dieser Sparte besonders stark ist, muss hier mit einem weiteren Rückgang gerechnet werden. Die Fachhandelslandschaft wird sich dadurch nochmals deutlich verändern.

Bei Druck und Kopie wird der angekündigte Ausbau der Tintentechnologie im Business-Sektor insgesamt keine zusätzlichen Umsätze bringen. Auch bei der Anzahl der Stellplätze dürfte die Sprungmarke nicht zu übertreffen sein, so dass es nur wenig Grund für eine positive Marktentwicklung gibt. Wenn dann noch die absehbaren Turbulenzen bei den Herstellern hinzugerechnet werden, ist ein leichtes Minus realistisch.

Was wird Trendthema 2010? Die Sicherheit langfristiger Vertragsbindungen verliert an Wirkung, wenn ein Vertragspartner insolvent ist oder in andere Hände übergeht. Negative wirtschaftliche Folgen können nur dann gemildert werden, wenn diese Entwicklung bereits frühzeitig erkannt und auch den Partnern mitgeteilt wird. Kontrollmechanismen und Controlling können nur begrenzt dagegen an arbeiten. Deswegen ist die Wahl der „richtigen Kunden“ und der „richtigen Hersteller“ aus Handelssicht wichtiger als je zuvor. „Lieber ein Geschäft ausschlagen, als es mit einem Minus abschließen, ist die eine Konsequenz. Echtes Vertrauen in den Geschäftspartner aufbauen ist die andere und konstruktive“, erläutert BBW-Präsident Ulf Ohlmer aus eigener Praxis heraus. Ein neues Verständnis des Unternehmertums muss her. Die Banken stehen dabei in erster Reihe, aber auch im Fachhandel ist die Forderung nicht abwegig. Zur Überprüfung der eigenen Position bietet die jetzige Situation auf jeden Fall genug Anlass für alle Händler.

**Begriffserklärungen**

„**PBS**“ und „**Büro- und EDV-Bedarf**“: Beide Begriffe bezeichnen das Sortiment, das in eCl@ss 5.1 ([www.eclass.de](http://www.eclass.de)) als „Sachgruppe 24 Büromaterial, Büroeinrichtung, Bürotechnik, Papeterie“ definiert wurde, jedoch ohne die Hauptgruppen 24-31 Büroeinrichtung und 42-32 Bürotechnik. Eine Überleitung der Definition auf die Gruppen neuerer eCl@ss Versionen ist nicht übersichtlich.

**Streckenhandel:** Handel mit gewerblichen Endkunden, nach Destatis somit ein Teil des Großhandels.

**Großhandel** im Sinne der Branche: Nur Handel mit Wiederverkäufern, nicht mit Endverbrauchern.

**Großhandel** im Sinne von Destatis: Handel mit gewerblichen Kunden, gleichgültig, ob dies gewerbliche Endverbraucher (Büros) oder Einzelhändler sind.

**Kontakt:**

Bundesverband Bürowirtschaft (BBW)  
Thomas Grothkopp  
Volker Wessels  
Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel: 0221/9 40 83-31, Fax -90  
[bbw@einzelhandel.de](mailto:bbw@einzelhandel.de)  
[www.buerowirtschaft.info](http://www.buerowirtschaft.info)