

1 Branche in Kürze

Der Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat war von der Corona-Pandemie mit den zeitweise verordneten Betriebsschließungen zunächst stark betroffen. Er konnte 2020 aber mit einem Plus von 3,1% abschließen und setzte damit den Aufwärtstrend des Vorjahres fort. Stärkstes Segment ist der Einzelhandel mit Wohnmöbeln, der etwa 87% des Umsatzes generiert.

Die Lockdowns 2020 und 2021 haben den Trend zum Cocooning verstärkt. Dies hatte zur Folge, dass Budgets umgeschichtet wurden und viele Konsumenten deutlich mehr in Einrichtung und Ausstattung ihres Zuhauses investierten. Besonders der Küchenmarkt profitierte hiervon. Gleichzeitig verlagerten sich die Umsätze hin zum Onlineshopping. Diese Entwicklung dürfte wohl dauerhaft sein. Die tendenziell günstigen Perspektiven stützen sich zusätzlich auf die weiterhin hohe Zahl an Baugenehmigungen und Neubauten. Für 2021 wird daher eine stabile Nachfrage erwartet.

Das Jahr 2021 begann mit einem erneuten Lockdown und starken Umsatzeinbußen. Bis zur Jahresmitte hatten sich die Umsätze zwar deutlich verbessert, werden seit Juni aber durch Materialengpässe in der vorgelagerten Industrie der Möbelherstellung gebremst.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie für die Branche werden schwerpunktmäßig in Kapitel 3.1 beschrieben.

Klare Positionierung erforderlich

Die Unternehmenszahl ist 2020 weiter um 1,3% auf 14.644 gesunken. Vor allem kleinere Möbeldändler scheiden aus dem Markt aus, ebenso Anbieter aus anderen Teilbranchen. Geschäftsaufgaben und Übernahmen bzw. Zusammenschlüsse,

auch bei den Einkaufsverbänden, bleiben folglich ein wichtiges Thema. Die ohnehin hohe Wettbewerbsintensität im Möbelhandel wird von neuen, branchenfremden Anbietern zusätzlich angeheizt – auch durch den E-Commerce. Viele Möbelhäuser liefern sich heftige Preiskämpfe, andere setzen verstärkt auf Qualität und Service. Die so entstandene Polarisierung zwischen Premium- und Discountanbietern hat dazu geführt, dass sich Unternehmen ohne klares Profil kaum behaupten können. Der Fachhandel sollte sich daher eher im oberen Preis- und Qualitätssegment positionieren, Marktnischen besetzen sowie sich mit einer zielgruppenspezifischen Ansprache von der Ausrichtung der Großunternehmen abheben.

Onlinebereich deutlich gewachsen

Im Möbeleinzelhandel beträgt der Onlineanteil am Umsatz bereits 10% und ist durch die Corona-Pandemie stark gestiegen. Für die nächsten Jahre ist weiteres Wachstum zu erwarten. Deshalb ist es für stationäre Händler unbedingt erforderlich, den Multi-Channel-Vertrieb auf- bzw. auszubauen. Das gilt auch für die Digitalisierung insgesamt, weil z.B. eine Onlineküchenplanung sowie die Onlinekommunikation auch für kleinere Unternehmen immer bedeutsamer werden. Wichtig ist dabei besonders die reibungslose und widerspruchsfreie Verknüpfung von Online-, Offline- sowie der Social-Media-Aktivitäten auf der Basis einheitlicher Daten.

Nachhaltigkeit

Die Branche weist insgesamt geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Score Note B). Die Senkung des Energieverbrauchs auf den Verkaufsflächen, umweltverträgliches Bauen, ressourcenschonende Transportketten bei der Belieferung und nachhaltig produzierte Sortimente stehen im Fokus.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen	
Hohes Potenzial im E-Commerce	
Stationärer Handel kann mit Beratungskompetenz punkten	
Risiken	
Anhaltend starker Wettbewerbsdruck, besonders bei Möbeln	
Fehlende aktuelle Onlinepräsenz	

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	5
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	5
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	11
4	Branchenwettbewerb	17
4.1	Wettbewerbssituation	17
4.2	Bedeutende Unternehmen	22
5	Rahmenbedingungen	25
6	Trends und Perspektiven	29
	Glossar	38
	Programm der Branchenreports 2021	40
	Impressum	41

Hinweis zur Corona-Pandemie:

Der Branchenreport enthält alle Entwicklungen und Auswirkungen der Corona-Pandemie, sofern uns diese zum Redaktionsschluss (6.9.2021) vorlagen.

Durchblick ist einfach.
Wenn man einen
Finanzpartner hat,
der die Branche genau
kennt.

