

1 Branche in Kürze

Die Umsätze im Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat entwickeln sich seit 2019 stark volatil. Große Umsatzsprünge 2020 und 2022 werden durch die negativen Zwischenjahre kompensiert. Mit einem Minus von 3,6% im Jahr 2023 verfehlte die Branche das nominale Umsatzniveau von 2019 um 3%. Der Onlinehandel mit Möbeln ist 2023 um 9,3% gesunken.

Hatten das Homing und die im Zuge des Russland-Ukraine-Krieges stark gestiegenen Preise anfangs positive Effekte auf die Umsätze, trafen die eingeschränkten Budgets, die Konsumverschiebungen und die rückläufige Frequenz im stationären Handel die Branche mit voller Wucht.

Dieser Trend setzte sich auch im ersten Halbjahr 2024 fort, sodass 93% der Unternehmen eher pessimistisch auf die nächsten Monate blicken.

Sinkende Kundenfrequenz belastet große Möbelhäuser

Besonders die großflächigen Möbelhäuser büßten 2023 spürbar an Umsatz ein. Damit setzt sich die bereits im Vorjahr erkennbare Tendenz der sinkenden Besucherfrequenzen an den Stadtrandlagen fort. Die Unternehmen sind dementsprechend sehr zurückhaltend bei der Planung neuer großflächiger Möbelpaläste. Die Großunternehmen dominieren aber mit einem Anteil von 58% weiterhin den Markt.

Durch Insolvenz, Übernahme und stille Schließungen hat sich die Zahl der Unternehmen seit 2019 um 8% verringert. Seit 2023 hat die Insolvenzdynamik wieder zugenommen.

Perspektiven

Kleine und mittlere Unternehmen schließen sich Einkaufsverbänden an, besetzen Nischen und setzen auf ein höheres Preis- und Qualitätsniveau, um im Wettbewerb zu bestehen.

Werden das Nachfrageverhalten der Kunden sowie die optimale Beschaffungs- und Absatzstrategie kontinuierlich analysiert, erhöht dies die Flexibilität und kann immense Wettbewerbsvorteile bringen. Pop-up-Stores in Innenstädten erhöhen die Sichtbarkeit des eigenen Sortiments. Ausgelöste, positive Erlebniskäufe stärken den stationären Handel und stellen einen nicht zu unterschätzenden Vorteil gegenüber dem Onlinehandel dar. Große Unternehmen wie IKEA haben dem stationären Handel bereits gezeigt, wie Online- und stationärer Handel erfolgreich verzahnt werden können.

Dem Aspekt der Nachhaltigkeit wird mit der Senkung des Energieverbrauchs auf den Verkaufsflächen, umweltverträglichem Bauen und ressourcenschonenden Transportketten bei der Belieferung Rechnung getragen. Um die Kreislaufwirtschaft zu stärken, setzt die Branche auf langlebige, reparierbare und recycelbare Produkte.

Die Branche weist insgesamt geringe Nachhaltigkeitsrisiken auf (S-ESG-Branchenscore Note B).

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Optimale Verknüpfung von Online- und Offline-Aktivitäten
Stationärer Handel kann mit Beratungskompetenz punkten
Risiken
Anhaltend starker Wettbewerbsdruck, besonders bei Möbeln
Konsumzurückhaltung durch eingeschränkte Budgets

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	9
4	Branchenwettbewerb	13
4.1	Wettbewerbssituation	13
4.2	Bedeutende Unternehmen	15
5	Rahmenbedingungen	18
6	Trends und Perspektiven	19
	Glossar	24
	Programm der Branchenreports 2024	26
	Impressum	27

