

## PRESSE-INFO

**Wohin geht der Einrichtungshandel? Der „Möbelatlas 2015“ weist den Weg.**

### **Möbelhandel regional: Daten und Fakten von Schleswig-Holstein bis Bayern**

**Köln/München.** Möbelhändler, die sich jetzt richtig positionieren, können positiv in die Zukunft schauen. Während der Alltag immer virtueller wird, punkten sie als Kenner eines neuen, handfesten Heimatgefühls. Zu sehen ist der aktuelle Lifestyle auf der internationalen Kölner Möbelmesse (imm cologne) vom 19. bis 25. Januar 2015. Wie der Handel diesen bundesweit und regional vertreibt, steht in Kürze im „Möbelatlas 2015“ der BBE Handelsberatung aus München.

Produziert in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Marketmedia24, ist der „Möbelatlas 2015“ ein echtes Novum in der Möbelbranche: Erstmals basiert eine Studie auf der umfassenden Auswertung des bundesdeutschen Handels in den Geschäften vor Ort, also mit Echtwerten. Als Grundlage für das Text- und Zahlenwerk dient die BBE-Datenbank, die eine komplette Übersicht über alle Möbelanbieter nach Betriebstypen, Verkaufsfläche, Flächenproduktivität und Wettbewerbsdichte umfasst. Die darin enthaltenen Werte fußen auf den Erhebungen der BBE-Möbel- und Standortexperten im Rahmen ihrer bundesweiten Beratungstätigkeit.

#### **Flächenexpansion und Marktstagnation: Herausforderung für den Handel**

Eine Tatsache steht schon jetzt, kurz vor Veröffentlichung der Studie, fest: Wie viele andere Branchen unterliegt der Möbelhandel einem tiefgreifenden Strukturwandel. Wichtige Stichworte sind hier – neben Globalisierung, Flächenexpansion und Vertikalisierung – die Themen Technik und Online-Shopping. Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsführung der BBE Handelsberatung, bringt es auf den Punkt: „Die Entwicklungen sind derzeit so vielfältig und auch gegenläufig, dass es einem manchmal den Atem raubt. Durch die Technisierung und die damit verbundenen Konsumveränderungen erhöhen sich Veränderungsdruck und -geschwindigkeit im Einrichtungshandel immens.“ Wer jetzt vorausdenkt, gewinnt.

Dies trifft umso mehr zu, als der Druck auf die verschiedenen Möbelhandelstypen – sei es das klassische Vollsortimentshaus, der Discount oder das Designstudio – wächst. Seit 2005 sind die Verkaufsflächen im Möbelfachhandel laut „Möbelatlas 2015“ von bundesweit 20.899.678 m<sup>2</sup> auf 22.022.905 m<sup>2</sup> im Jahr 2014 angestiegen. Wie die Marktforscher von Marketmedia24 in ihren neuesten Erhebungen zeigen, stagniert der Umsatz mit Möbeln zeitgleich ohne klaren Aufwärtstrend. 2005 wurden Möbel im Wert von 25.210 Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen umgesetzt. Anfang 2015 sind es 25.555 Millionen Euro.

## Handelsstrukturen im deutschen Möbelmarkt

Handelskanäle	Marktanteile		Umsätze*		Umsatzveränderungen
	2005	2014	2005	2014	2014/2005
Möbelhandel	68,2%	68,6%	17.194	17.529	+1,9%
Küchenspezialisten	10,7%	11,1%	2.697	2.837	+5,2%
Versender/Online-Handel	4,0%	4,1%	1.008	1.048	+4,0%
SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	1,2%	1,1%	303	281	-7,3%
Bau- und Heimwerkermärkte	2,6%	3,7%	655	946	+44,4%
Direktabsatz	2,8%	3,2%	706	818	+15,9%
Sonstige Anbieter	10,5%	8,2%	2.647	2.096	-20,8%
<b>Möbelmarkt gesamt</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>25.210</b>	<b>25.555</b>	<b>+1,3%</b>

2014 = Hochrechnung | \*in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen

Der Markt für Einrichtungsgegenstände war trotz Konzentrationstendenzen noch nie so vielseitig wie heute. Wohnsinnige haben nicht nur die Wahl zwischen online und offline, sondern auch zwischen vielfältigen Wohnspezialisten und anderen sortimentsübergreifenden Anbietern. Bisher musste sich der Möbelfachhandel allerdings nicht vor fachfremden Anbietern fürchten, denn die Fachhandelsformate der Branche verbuchten (online und offline) in den vergangenen zehn Jahren jährlich nahezu 80 Prozent des Umsatzes mit Wohn- und Küchenmöbeln auf sich.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Und dennoch: „Es gibt kaum einen besseren Zeitpunkt, einen neuen Möbelatlas zu veröffentlichen“, weiß Sonja Koschel, Inhaberin von Marketmedia24. „In der Branche ist so viel Bewegung wie noch nie. Das fängt mit Impulsen aus dem Online-Handel an und hört noch längst nicht mit dem Kampf der klassischen Vollsortimenter ums Überleben auf.“

### Sterben Vollsortimentshäuser aus?

Die traditionellen Akteure der Möbelbranche müssen sich auf jeden Fall warm oder zumindest neu anziehen. Ihr einst eher gemächliches, von großen Einkaufsverbänden und Möbelfunktionären geprägtes Geschäft, gerät zunehmend in Bedrängnis. Der Überlebenskampf geht quer durch alle Preissegmente, Standorte, Betriebstypen, Geschäftsgrößen, Möbelgattungen und Stilrichtungen. Online versus Offline, Billig gegen Mittelpreisig, Wiese gegen Stadt, Neubau gegen Sanierung, Vollsortimenter versus Spezialisten, Echtzeit-Ambiente versus Lagercharakter, International gegen Deutsch.

Als eindeutige Verlierer des Wettbewerbs kristallisieren sich – so einer der wichtigsten Befunde der neuen Studie – die Vollsortimentshäuser bis zu einer Größe von 20.000 m<sup>2</sup> heraus. Vor allem in Bayern und Baden-Württemberg mussten sie erheblich Federn lassen. Aber auch im bundesweiten Durchschnitt haben sie in den vergangenen Jahren kontinuierlich Marktanteile verloren. Gab es 2005 bundesweit noch 2.430 Niederlassungen, sind es im Jahr 2014 nur noch 1.910 Häuser. Und die Flächenproduktivität? Auch sie sank, von durchschnittlich 850 Euro pro m<sup>2</sup> auf 650 Euro pro m<sup>2</sup>.

Doch keine Panik: Das heißt nicht, dass die kleineren Vollsortimenter automatisch verschwinden werden. Diejenigen, die den Bedarf in ihrer Region genau analysieren und sich als Spezialisten neu ausrichten, können sich je nach Wettbewerbslage sogar über wachsende Marktanteile freuen. Dass das Vollsortiment nicht zwangsläufig drastisch verliert, zeigt zum Beispiel das Bundesland Thüringen mit seinen Möbelhändlern. Gab es 2005 66 Vollsortimentshäuser bis 20.000 m<sup>2</sup>, so sind es 2014 immer noch 63 Häuser. Flächenmäßig hat dieser Betriebstyp hier sogar zugelegt, von 231.970 m<sup>2</sup> auf 234.394 m<sup>2</sup>.

### **Fressen die Großen die Kleinen?**

Auch ansonsten entwickeln sich Länder, Metropolregionen und Betriebstypen unterschiedlich. Wenn es um den traditionellen Möbelhandel geht, haben die großflächigen Wohnkaufhäuser besonders gute Aussichten. Krieger, XXXLutz und Roller/Tejo führen das Segment – nach Ikea – in dieser Reihenfolge an. „Die großflächigen Wohnkaufhäuser zählen schon jetzt zu den Verdrängern“, bekundet Joachim Stumpf, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung und der IPH Handelsimmobilien in München. „Sie bieten als Category-Killer eine große Auswahl und eine hohe Aufenthaltsqualität mit Gastronomie, Kinderbetreuung, kulturellen Events und anderen Besuchermagneten. Solch ein Angebot ist für ein Zielkaufsortiment mit hohem durchschnittlichen Einkaufsbons sehr wichtig.“

Auch hier gibt es allerdings Unterschiede von Region zu Region. So sind im kaufkräftigen Bayern in den letzten zehn Jahren nur zwei neue Standorte und 146.445 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hinzugekommen. 2005 gab es dort 40 Häuser, 2014 sind es 42 Häuser. Dafür hat das bevölkerungsstarke Nordrhein-Westfalen flächenmäßig noch einmal kräftig zugelegt. Aus 1.244.500 m<sup>2</sup> im Jahr 2005 wurden 1.448.297 m<sup>2</sup> im Jahr 2014.

### **Mit dem „Möbelatlas 2015“ in die Zukunft**

Schon diese Beispiele zeigen die Aussagekraft des neuen „Möbelatlas“. Mit ihm können nicht nur allgemeine Trends registriert werden. Vielmehr bietet er ein vertieftes Zahlenmaterial, anhand dessen sich die Gefahren und Chancen für die einzelnen Möbelhandelsformen in den Ländern und Metropolregionen punktgenau ablesen lassen – und wirkungsvolle Strategien entwickelt werden können.

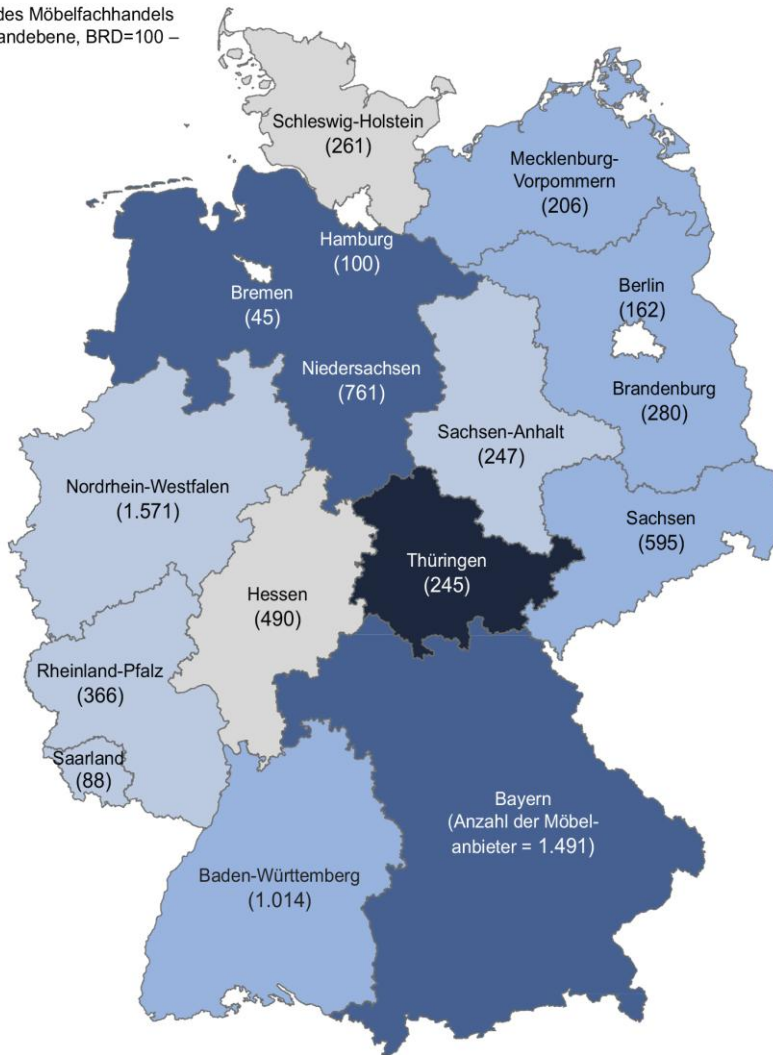
Konzipiert für Möbelexperten, Immobilien-Investoren und Stadtplaner, enthält die neue Studie auch alle anderen Bausteine, die für den Insider-Blick vonnöten sind. Neben umfassenden Daten und Grafiken umfasst das Werk eine fundierte Zusammenschau des Möbelmarktes 2015 mit all seinen Playern vom Hersteller bis zum Immobilienhändler. Zahlreiche Branchenexperten unterschiedlichster Couleur kommen zu Wort. Mit sechzehn gründlich erläuterten Thesen zum Möbelhandel im Jahr 2025 bietet der „Möbelatlas“ außerdem wegweisende Denkipulse.

## „BBE-MÖBELATLAS 2015“

### Anzahl und Wettbewerbsdichte des Möbelfachhandels im Bundesgebiet

Wettbewerbsdichte des Möbelfachhandels  
– Index auf Bundeslandebene, BRD=100 –

- unter 80
- 80 - 90
- 90 - 100
- 100 - 110
- 110 - 120
- über 120



In den bevölkerungsreichsten Bundesländern ist der Möbelfachhandel am stärksten vertreten, und das sowohl hinsichtlich Standorte als auch in punkto Fläche. Unter dem Motto „die Masse macht's“ führt Nordrhein-Westfalen die Statistik an. Mit 1.571 Fachhandelstandorten (2014) und auf einer Gesamtverkaufsfäche von rund 4,7 Millionen Quadratmetern öffnen Wohnspezialisten hier in breiter Auswahl ihre Tore. Auf Platz zwei folgt das Land Bayern mit 1.491 Möbelfachhändlern. Baden-Württemberg trägt ebenfalls im vierstelligen Bereich – mit genau 1.014 Standorten – zur Gesamtstatistik bei.

Quelle: BBE Handelsberatung (München)

Der neue „BBE-Möbelatlas 2015“ ist zum Preis von 1.750 Euro zzgl. MwSt. in Kürze zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de) oder er steht zum direkten Download im Marketmedia24-Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

7.075 Zeichen inkl. Leerzeichen | 926 Wörter

### **Ihr Kontakt**

Sonja Koschel  
Telefon +49(0)2236 3316931  
[koschel@marketmedia24.de](mailto:koschel@marketmedia24.de)

Der Abdruck ist honorarfrei.  
Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

---

Die Markt- und Handelsspezialisten von **Marketmedia24**, Köln, halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.

Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.

Die **BBE Handelsberatung** mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 60 Jahren Einzelhandelsunternehmen aller Branchen und Größen in Fragen der Marktpositionierung, strategischen Ausrichtung, Expansion und betriebswirtschaftlichen Optimierung. Die BBE verfügt über Spezialisten für jede Branche im Einzelhandel. Die Markt-, Konsum- und Trendforschung in Kooperation mit Hochschulen, liefert aktuellste Markt- und Unternehmensdaten mit hohem Praxisbezug für die Geschäftsbereiche Unternehmens-, Standort- und Immobilienberatung