Branchen-REPORT
Büromöbel 2021

marketmedia24
WIR KENNEN MÄRKTE

IMPRESSUM

Oktober 2021

Herausgeber
Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, D-50999 Köln, www.marketmedia24.de
In Kooperation mit der BitBurst GmbH, www.bitburst.net

Kontakt
Sonja Koschel, Telefon +49 2236 3316931, koschel@marketmedia24.de

© Marketmedia24
Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Marketmedia24. Alle Rechte vorbehalten.

Foto Titelseite: Steelcase

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.

INHALT

Seite

A REPRÄSENTATIVE KONSUMENTENFORSCHUNG IN DEUTSCHLAND 7

1 Methodensteckbrief 8

2 Forschungsergebnisse für Büromöbel ausgewertet nach Geschlecht, Alters- und Einkommensklassen, Wohn- und Haushaltssituation 10

2.1. Die Kaufgründe 10

2.2. Die Kaufkriterien 12

2.3. Die Shopping-Kanäle 14

2.4. Die Anschaffungspläne 16

B DIE DEUTSCHE BÜROMÖBEL-BRANCHE 2015 BIS 2020 23

1 Marktdaten: Umsätze, Pro-Kopf-Ausgaben und Trends 24

1.1 Büromöbel insgesamt 24

1.2 Drehstühle 27

1.3 Schreibtische 28

1.4 Beistelltische, andere Büromöbel < 80 cm 30

1.5 Büroschränke 31

1.6 Regale, sonstige Büromöbel > 80 cm 32

2 Handelsdaten: Marktanteile und Umsätze der Vertriebswege 33

2.1 Gesamtüberblick 33

2.2 Die Entwicklung im Bürofachhandel/in Bürofachmärkten 36

2.3 Die Entwicklung im Möbelhandel 38

2.4 Die Entwicklung in (SB-)Warenhäusern/Verbrauchermärkten 39

2.5 Die Entwicklung im Versand-/Online-Handel 40

2.6 Die Entwicklung bei sonstigen Anbietern 42

INHALT

Seite

C DIE DEUTSCHE BÜROMÖBEL-BRANCHE BIS ZUM JAHR 2028 43

1 Marktaussichten 44

1.1 Macht Corona alles anders? 44

1.2 Trend-, Büro- und Home-Szenarien 47

1.2.1 Die Umsatzvorausschau für Drehstühle 49

1.2.2 Die Umsatzvorausschau für Schreibtische 50

1.2.3 Die Umsatzvorausschau für Büroschränke 51

1.2.4 Die Umsatzvorausschau für Beistelltische und andere Büromöbel < 80 cm für Regale und sonstige Büromöbel > 80 cm 52

1.2.5 Die Umsatzvorausschau für Büromöbel insgesamt 53

2 Vertriebsaussichten 54

2.1 Marktanteilsveränderungen der Vertriebswege 54

2.2 Umsatzveränderungen der Vertriebswege 56

2.3 Pro-Kopf-Ausgaben in den Vertriebswegen 57

CHARTS

Seite

A REPRÄSENTATIVE KONSUMENTENFORSCHUNG IN DEUTSCHLAND 7

Forschungsergebnisse für Deutschland ausgewertet nach Geschlecht, Alters- und Einkommensklassen, Wohn- und Haushaltssituation 10

Chart 1 Warum kaufen Sie neue Büromöbel? 10

Chart 2 Was ist Ihnen wichtig beim Kauf von Büromöbeln? 12

Chart 3 Wo kaufen Sie hauptsächlich Büromöbel? 14

Chart 4 Wann planen Sie einen Drehstuhl zu kaufen? 16

Chart 5 Wann planen Sie einen Schreibtisch zu kaufen? 18

Chart 6 Wann planen Sie einen Büroschrank zu kaufen? 19

Chart 7 Wann planen Sie ein Regal zu kaufen? 21

B DIE DEUTSCHE BÜROMÖBEL-BRANCHE 2015 BIS 2020 23

Chart 8 Der deutsche Büromöbelmarkt insgesamt 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 25

Chart 9 Der deutsche Büromöbelmarkt im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 26

Chart 10 Die Pro-Kopf-Ausgaben für Büromöbel 2015 bis 2020, Basis: Bevölkerung über 14 Jahre 27

Chart 11 Der deutsche Markt für Drehstühle 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 28

Chart 12 Der deutsche Markt für Schreibtische 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 29

Chart 13 Der deutsche Markt für Beistelltische, andere Büromöbel < 80 cm 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 30

Chart 14 Der deutsche Markt für Büroschränke 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 31

CHARTS

Seite

Chart 15 Der deutsche Markt für Regale, sonstige Büromöbel > 80 cm 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 32

Chart 16 Die Anteile der Vertriebswege von Büromöbeln in Deutschland 2015 bis 2020, Angaben in Prozent des Gesamtmarktes 33

Chart 17 Die Anteile der Vertriebswege im deutschen Büromöbelmarkt im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2015 35

Chart 18 Die Umsätze der Vertriebswege von Büromöbeln in Deutschland 2015 bis 2020, Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen 36

Chart 19 Die Umsätze im Bürofachhandel/in Bürofachmärkten im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 37

Chart 20 Die Umsätze im Möbelhandel im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 39

Chart 21 Die Umsätze in (SB-)Warenhäusern/Verbrauchermärkten im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 40

Chart 22 Die Umsätze im Versand-/Online-Handel im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 41

Chart 23 Die Umsätze bei sonstigen Anbietern im Jahresvergleich 2020 gegenüber 2019 42

C DIE DEUTSCHE BÜROMÖBEL-BRANCHE BIS ZUM JAHR 2028 43

Chart 24 Der deutsche Büromöbelmarkt im Rückblick – Umsätze und jährliche Wachstumsraten 46

Chart 25 Umsatzchancen für Drehstühle bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien 49

Chart 26 Umsatzchancen für Schreibtische bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien 50

Chart 27 Umsatzchancen für Büroschränke bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien 51

Chart 28 Umsatzchancen für Beistelltische und andere Büromöbel < 80 cm bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien 52

Chart 29 Umsatzchancen für Regale und sonstige Büromöbel > 80 cm bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien 53

CHARTS

		Seite
Chart 30	Umsatzchancen für Büromöbel insgesamt bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien	54
Chart 31	Marktanteilsveränderungen der Vertriebswege von Büromöbeln bis zum Jahr 2028	55
Chart 32	Umsatzveränderungen der Vertriebswege von Büromöbeln bis zum Jahr 2028: Trend-, Büro- und Home-Szenarien	56
Chart 33	Pro-Kopf-Ausgaben in den Büromöbel-Vertriebswegen bis zum Jahr 2028	57

1 METHODENSTECKBRIEF

Für den „Branchen-REPORT Büromöbel 2021“ wurden im Zeitraum März bis Mai 2021 **644 Personen ab 18 Jahren** online zu ihren Kaufgründen, Kaufkriterien, präferierten Shopping-Kanälen und Anschaffungsplänen in Deutschland befragt.

Die Befragung wurde durch das Technologieunternehmen BitBurst GmbH, Monheim am Rhein, durchgeführt.

	Anzahl Interviews
Geschlecht	
Weiblich	370
Männlich	269
Divers	5
Altersklassen	
18 bis 25 Jahre	125
26 bis 35 Jahre	167
36 bis 45 Jahre	91
46 bis 55 Jahre	91
56 bis 65 Jahre	79
66+ Jahre	91
Einkommensklassen	
Unter 900 €	28
901 € bis 1.300 €	48
1.301 € bis 1.500 €	52
1.501 € bis 2.000 €	71
2.001 € bis 2.600 €	104
2.601 € bis 3.600 €	123
3.601 € bis 5.000 €	145
5.001 € bis 7.500 €	46
Über 7.500 €	27

Wohnsituation	
Eigentum Haus	208
Eigentum Wohnung	85
Miete Haus	35
Miete Wohnung	305
Andere	11
Haushaltsgröße	
1 Person	117
2 Personen	252
3 bis 4 Personen	238
5 bis 7 Personen	34
8+ Personen	3
Haushalt	
Mit Kind(ern)	233
Ohne Kind(er)	411

Wir entfalten Ihr Marktpotenzial

MARKT- UND HANDELSDATEN

Deutsche Konsumgütermärkte im Zahlenspiegel
Bei der Erhebung unserer Markt- und Handelsdaten arbeiten wir mit Verbänden und Institutionen der Industrie und des Handels zusammen, werten statistisches Basismaterial aus, diskutieren mittelfristige Prognosen und längerfristige Vorausschauen (Szenarien) mit Branchen- und Fachexperten, immer auch mit Blick auf die relevanten exogenen und endogenen Einflüsse der Marktplätze.

Unser regelmäßiges Angebot umfasst dabei mit 400 Warengruppen die folgenden Fokus-Branchen:

- ✔ Bad und Sanitär
- ✔ Berufskleidung und Schutzausrüstung (PSA)
- ✔ Bücher
- ✔ Büromöbel
- ✔ Fahrräder
- ✔ Fashion und Schuhe
- ✔ Gardinen
- ✔ Garten
- ✔ GPK/Haushaltswaren
- ✔ Heimtextilien
- ✔ Küchen
- ✔ Leuchten und Lampen
- ✔ Möbel
- ✔ PBS-Artikel
- ✔ Sicht- und Sonnenschutz
- ✔ Spielwaren
- ✔ Sport und Outdoor

BRANCHENSTUDIEN

Auch in Ihrem Auftrag erforschen wir Markt- und Handelsdaten.
Wir kennen Ihre Märkte. Mit Gespür und einem 20-jährigen Erfahrungsschatz erstellen wir Auftragsstudien. Mit Blick auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Auch in Ihrem Unternehmensdesign.

marketmedia24
WIR KENNEN MÄRKTE