

Büromöbelmarkt

Zwischen Abwärtstrend und Potenzial

Montag, 25.05.2020

Zwischen Abwärtstrend und Potenzial bewegen sich die Erwartungen für den deutschen Büromöbelmarkt. So gehen die neuesten Analysen des Kölner Forschungsinstituts Marketmedia24 für das Jahr 2020 und auch für 2021 davon aus, dass die Umsatzentwicklung für Büromöbel nicht mehr an das Wachstum der letzten Jahre anknüpfen wird. Aber dieser Trend zieht sich nicht durch alle Warengruppen. Denn beispielsweise werden sich die Ausgaben für Schreibtische schon im nächsten Jahr wieder stabilisieren, so ein Ergebnis der neuen Studie „Branchen-SPIEGEL Büromöbel 2020“.

Seit 2014 hat die Büromöbelbranche Jahr für Jahr zugelegt. So gaben die Deutschen seither pro Kopf gut 14% mehr für Büromöbel aus. Obwohl zu erwarten ist, dass die Ausgaben für Homeoffice-Plätze in Zukunft steigen werden, wird sich das Ausgabeverhalten bei privaten und geschäftlichen Einkäufen insgesamt verändern.

Kostenorientierung ist gerade in Corona-Zeiten das Gebot der Stunde, weiß die Planerin und Projektpartnerin von Marketmedia24, Claudia Wegner, die entsprechend der im April 2020 erlassenen neuen Arbeitsschutzanforderungen Konzepte für Einzelbüros ebenso wie für Großraum oder Open Space Offices entwickelt hat. „Kosten senken und gleichzeitig an das neue digitale Arbeiten anpassen“, ist dabei ihre Office-Beyond-Corona Leitlinie. Gesucht sind kreative Lösungen für Büroräume, die bei minimaler CO2-Belastung, erheblich zur Wertschöpfung in der Arbeitswelt beitragen.

Auch in der aktuellen Phase wird auf Vertriebsseite der Online-Handel profitieren. Schon im letzten Jahrzehnt verzeichneten diese Unternehmen mit einem Marktanteil von 17% (2019) einen wahren Siegeszug. Allerdings halten Bürospezialisten mit einem Marktanteil von gut 52% die Wettbewerber im Internet noch auf gebührendem Abstand. Dieser wird jedoch bis 2021 sukzessive kleiner, so die aktuellen Erwartungen von Marketmedia24.

Zwischen Abwärtstrend und Potenzial

Links

- [Marketmedia24](#)