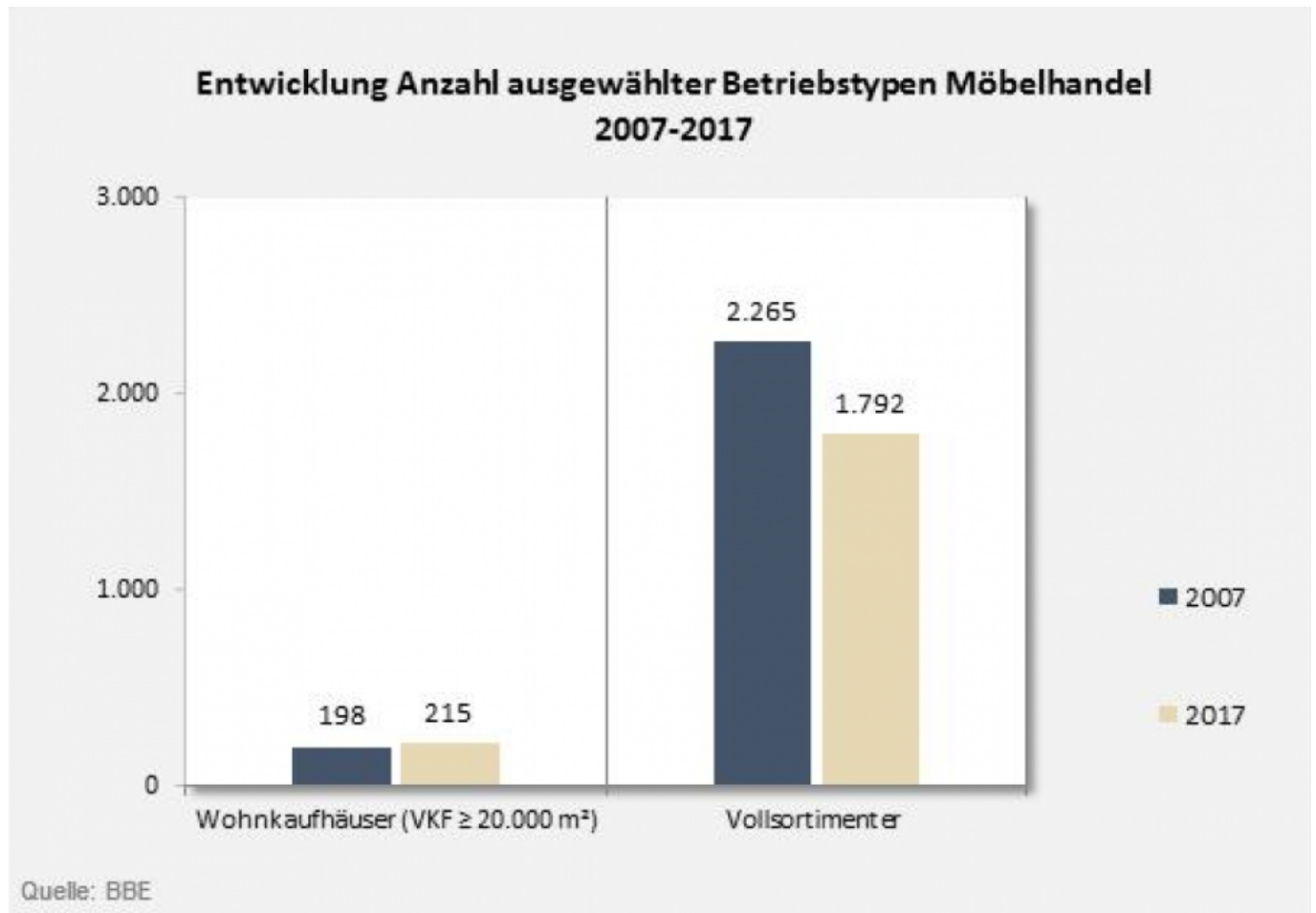


Mittwoch, 10.01.2018



Die Anzahl der Vollsortimenter im stationären Möbelhandel ging in den vergangenen zehn Jahren um 20% zurück.

Laut einer aktuellen Hochrechnung der IFH Köln in Kooperation mit der BBE Handelsberatung ging der Gesamtumsatz des Möbelmarkts – Wohnmöbel inklusive Küchen ohne Kücheneinbaugeräte – 2017 im Vorjahresvergleich um 2,1% auf rund 20,2 Mrd. Euro zurück.

„Trotz der guten konjunkturellen Situation ist der stationäre Möbelhandel mit Umsatzeinbußen konfrontiert“, sagt Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsleitung der BBE Handelsberatung. Auch die Kundenfrequenz habe 2017 abgenommen, womit sich ein Trend der vergangenen Jahre fortsetze. „Wenige Tage vor der imm cologne müssen wir konstatieren, dass die Branche mit strukturellen Problemen zu kämpfen hat“, sagt Deppe.

Umsatz- und Frequenzrückgang

Unmittelbare Ursache der Umsatzeinbußen im stationären Möbelhandel sei der Frequenzrückgang. Die Gründe hierfür liegen einerseits in einer gedämpften Nachfrage, andererseits nutzen immer mehr Kunden auch für den Möbelkauf das Internet. Das äußere sich in einem zunehmenden Online-Anteil am Geschäft.

„Der Versuch einiger Möbelhändler, mit Rabattaktionen die Frequenz zu erhöhen, könnte unbeabsichtigt dazu geführt haben, dass die bereits unter Druck geratenen Umsätze weiter gesunken sind“, so Deppe.

Zwei maßgebliche Faktoren, die die Kundenfrequenz und den Umsatz beeinflussen, seien Online-Präsenz und Profil der Möbelhändler. „Eine erste Analyse der Umsatzentwicklungen über alle Betriebstypen zeigt, dass unprofilierte oder rein analog operierende Unternehmen stärker verlieren als profilierte oder online aktive“, sagt Deppe.

Eine besonders große Rolle spiele die digitale Sichtbarkeit: Aktuellen Befragungen zufolge besuchen Kunden, die Möbel im stationären Handel kaufen, im Schnitt lediglich zwei Verkaufsstellen. „Das ist vor allem darauf zurückzuführen, dass Produktinformationen und Auswahl zunehmend online recherchiert werden. Der Besuch im Möbelgeschäft dient dann nur noch dem Kauf“, erläutert Deppe. „Der Auswahlprozess der Einkaufsstätte wird heute also oft online begonnen oder führt oftmals schnell offline. Bei fehlender Sichtbarkeit verlieren somit auch sehr gute Anbieter potenzielle Kunden.“

Konzentration der Anbieter bei gleichzeitiger Flächenreduktion

Der Eindruck einer Krise im stationären Möbelhandel bestätige sich mit Blick auf die Entwicklung der Verkäuferzahlen der vergangenen zehn Jahre: 2007 gab es noch 2.265 Vollsortimenter, 2017 nur noch 1.792. Das entspricht einem Rückgang um mehr als 20%. Im selben Zeitraum stieg die Anzahl der Wohnkaufhäuser mit Verkaufsflächen von mindestens 20.000 qm lediglich um ungefähr 8%, von 198 auf 215.

„Das Wachstum in der Großfläche kann die Verluste der klassischen mittelständischen Vollsortimenter nicht kompensieren. Wir beobachten eine Konzentration der Marktteilnehmer und eine Flächenreduktion im stationären Möbelhandel. Dies liegt daran, dass nicht filialisierte Einzelhändler zunehmend von Filialisten übernommen werden. Auch geht die Zahl der Neugründungen zurück“, erläutert Deppe.

Für 2018 keine Trendwende in Sicht

Die BBE Handelsberatung geht davon aus, dass die strukturellen Veränderungen auf dem deutschen Möbelmarkt mit Preiswettbewerb, Frequenzrückgang und Konzentration auf allen Wertschöpfungsebenen auch 2018 bestimmend sein werden. „Da sich die Entwicklung des stationären Möbelhandels 2017 von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abgekoppelt zu haben scheint, ist es unwahrscheinlich, dass eine weitere positive Wirtschaftsentwicklung im nächsten Jahr den stationären Möbelhandel positiv beeinflussen wird“, sagt Deppe.

„Für stationäre Möbelhändler ist es im sich weiter verschärfenden Wettbewerb immer überlebenswichtiger, die Wahrnehmbarkeit zu erhöhen und den Service zu verbessern, insbesondere online. Die Möglichkeiten der Digitalisierung bieten hierfür viele Chancen – auch jenseits eines klassischen Online-Shops“, rät Deppe.

Stationärer Möbelhandel in struktureller Krise