

Ikea Deutschland

Umsatz wächst um 5,5 Prozent

Mittwoch, 20.11.2019

Ikea Deutschland schloss das Geschäftsjahr 2019 (1. September 2018 bis 31. August 2019) mit einem Einzelhandels-Umsatz von 5,278 Mrd. Euro ab, was einem Zuwachs von 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht.

Der Online-Umsatz betrug 494 Mio. Euro und wuchs um 33,2 Prozent. Der Online-Anteil am Gesamtumsatz belief sich auf 9,4 Prozent – 2 Prozent mehr als im Vorjahr. Ikea Food steigerte seinen Umsatz um 4,5 Prozent auf 250 Mio. Euro. Insbesondere die Bereiche Wohnzimmer und Küche wuchsen zweistellig und trugen damit wesentlich zum Wachstum von Ikea Deutschland bei; auch das Segment Arbeitsplatz entwickelte sich laut Geschäftsbericht sehr positiv. Innovationen im Bereich Smart Home mit völlig neuen Produkten wie der „Symfonisk“-Kollektion – einer Leuchte oder eines Regals, die gleichzeitig Wifi-Lautsprecher sind – waren ebenfalls wesentliche Erfolgsfaktoren. Dennis Balslev, Geschäftsführer von Ikea Deutschland: „Es ist uns gelungen, im abgelaufenen Geschäftsjahr allein in den bestehenden Einheiten ein signifikantes Wachstum zu erreichen. Damit zeigt sich, dass unsere Strategie, sich auf den Ausbau des Online-Geschäftes und die nahtlose Verknüpfung aller Kanäle zu konzentrieren, bei unseren Kunden gut angekommen ist.“

Stationärer und Online-Handel wachsen weiter

Die Besucherzahl in den 53 deutschen Einrichtungshäusern ist mit rund 97,7 Mio. Menschen leicht gestiegen. Deutlich gestiegen, nämlich um 14,5 Prozent, ist die Zahl der Online-Besucher: 327,7 Mio. Menschen ließen sich auf Ikea.de vom Angebot des schwedischen Einrichtungsunternehmens inspirieren. 50,3 Mio. Kunden kauften im abgelaufenen Geschäftsjahr in einem der 53 Einrichtungshäuser ein. Damit ist die Kundenzahl in den Ikea Häusern leicht zurückgegangen (-5,1%), gleichzeitig konnte das Unternehmen den Durchschnittsbon im stationären Handel um 11,2 Prozent auf 99,97 Euro steigern. Zusätzlich kauften 3 Mio. Menschen (+50,3 %) online für durchschnittlich 163,64 Euro (-12 %) ein. Dennis Balslev: „Zusammenfassend kann man sagen, dass weniger Menschen mehr in unseren Einrichtungshäusern gekauft haben. Im selben Zeitraum kauften mehr Kunden online, teilweise während sie sich bei Ikea aufhielten. Dieser Trend belegt eindeutig die unangefochtene Bedeutung unserer Einrichtungshäuser und zeigt, dass die Kunden heute nicht mehr zwischen Online- und Offline-Kanälen unterscheiden.“

Ikea konnte seinen Marktanteil in Deutschland auf 8,4 Prozent steigern. Gemessen am weltweiten Ingka Einzelhandelsumsatz von 36,7 Mrd. Euro (+5 Prozent) ist Deutschland nach wie vor der größte Markt mit einem Anteil am Gesamtumsatz von 14 Prozent, gefolgt von den USA und Frankreich.

Ikea Deutschland investierte im abgelaufenen Geschäftsjahr 269 Mio. Euro. Die größten Projekte waren der Neubau des Einrichtungshauses in Karlsruhe, das im Sommer 2020 eröffnet werden soll, das Distributionszentrum in Elsdorf bei Hamburg, der Erwerb von Logistikflächen in Rüsselsheim sowie der Umbau der Schlafzimmer-Abteilungen in den Einrichtungshäusern.

Kooperation mit TaskRabbit

Um den Kunden in Zukunft einen noch besseren Service anbieten zu können, startet Ikea am 26. November zunächst in den Regionen Rhein-Ruhr und Berlin eine Kooperation mit TaskRabbit, einer Online-Plattform, die private Auftraggeber und selbstständige Dienstleister zusammenbringt. TaskRabbit ist eine 100%ige Tochter der Ingka Gruppe. Im Jahr 2020 soll der Rollout des Angebots schrittweise auf weitere Metropolregionen in Deutschland stattfinden. Dort, wo TaskRabbit verfügbar ist, wird Ikea zukünftig seinen Kunden TaskRabbit für die Möbelmontage empfehlen.

Umsatz wächst um 5,5 Prozent

Links

- [Ikea](#)