

Ikea Deutschland

Umsatzwachstum und Geschäftsführerwechsel

Dienstag, 08.11.2022

Während der heutigen Ikea Deutschland Pressekonferenz präsentierte das Unternehmen nicht nur die Jahresbilanz, sondern stellte auch den neuen Geschäftsführer und CSO Walter Kadnar vor, der seit dem 1. Oktober bei Ikea tätig ist. Der Österreicher löst somit den Dänen Dennis Baslev ab, der fünf Jahre lang die Geschäfte der Ikea Retail Landesorganisation geleitet hat. Kadnar war zuletzt in gleicher Funktion für Ikea Frankreich tätig, davor für Ikea Polen und davor für Russland. Im laufenden Geschäftsjahr 2023 will er den Schwerpunkt auf nachhaltiges Wachstum, ein nahtloses Einkaufserlebnis, hohe Kundenzufriedenheit und ein erschwingliches Angebot legen. Zudem ist sein Ziel die Positionierung von Ikea Deutschland als wertorientiertes Unternehmen weiter voranzutreiben

Überblick über das Geschäftsjahr 2022

Ikea Deutschland schloss das Geschäftsjahr 2022 mit einem Gesamtumsatz von 5,684 Mrd. Euro ab, was einem Wachstum von 7,1% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Der Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz ohne Food lag bei 24,5% und betrug 1,302 Mrd. Euro, was einem Minus von 25,5% zum Vorjahr entspricht. Der Rückgang ist darauf zurückzuführen, dass im Geschäftsjahr 2022 durchgehend geöffnet war, während im vorigen Jahr ein fünfmonatiger Lockdown stattfand.

Zu Beginn des Geschäftsjahres stellten Warenverfügbarkeitsprobleme die größte Herausforderung dar. Im weiteren Verlauf waren es die steigenden Einkaufspreise für Rohmaterialien, Transporte und Dienstleistungen, sodass auch Ikea seine Preise während des Jahres anpassen musste. „Inzwischen liegt unser Augenmerk wieder klar auf dem Thema Erschwinglichkeit: Wir sind dafür bekannt, das beste Preis-Leistungsverhältnis zu bieten. Diese Position wollen wir weiter stärken – auch unter schwierigen Rahmenbedingungen“, so Kadnar.

Zudem zeigte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Trend zurück zur „Vor Corona“-Normalität: Die Besucherzahlen in den 54 deutschen Einrichtungshäusern lag mit rund 73,7 Mio. um fast 40% höher als im Vorjahr, jedoch niedriger als vor der Pandemie. Im Vergleich dazu sank die Zahl der Online-Besucher um 27,6% auf 302,1 Mio.

38,5 Mio. Kunden kauften in einem der Ikea Einrichtungshäuser ein, was ein Plus von 20,9% ist und bedeutet, dass 52,2% der Besucher zu Kunden wurde. Auf Ikea.de kauften 5,3 Mio. Menschen ein. Der Durchschnitts-Bon im stationären Handel betrug 104,12 Euro (+ ca. 2,5%), Online betrug er 243,64 Euro und war somit 30% höher als im Vorjahr.

Ikea Deutschland ist nach wie vor der größte Ingka Markt, gefolgt von den USA und Frankreich sowie Großbritannien.

Omnichannel, Investitionen und Nachhaltigkeit im Fokus

Ikea hat seine Entwicklung zum Omnichannel-Händler weiter vorangetrieben. So habe u.a. der Ausbau von Online-Planungs- und Beratungsangeboten sowie die Erweiterung des Fulfillment Netzes dazu beigetragen, dass der Online-Anteil am Gesamtumsatz mittlerweile bei rund 25% liegt. Neue Tools wie die „Shop &

Go“ Funktion der Ikea-App sorgt durch Einscannen während des Einkaufs und späterem Zahlen an der Schnellkasse, dass das Einkaufserlebnis komfortabler gestaltet wird. Zudem hat Ikea Deutschland 156 Mio. Euro in Projekte wie Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen investiert.

Auch das Thema Nachhaltigkeit ist im laufenden Geschäftsjahr wieder von Bedeutung: „Wir haben ehrgeizige wirtschaftliche Ziele, die wir nur in Einklang mit unseren Nachhaltigkeitszielen erreichen können. Klimapositiv und zirkulär zu werden, ist für uns nicht verhandelbar. Mit verschiedenen Initiativen wie zum Beispiel der Entscheidung, im Ikea Food-Bereich pflanzliche Alternativen grundsätzlich günstiger anzubieten als fleischhaltige, oder unsere Einrichtungshäuser konsequent auf Heizen und Kühlen mit 100 Prozent erneuerbarer Energie umzurüsten, arbeiten wir darauf hin“, so Kadnar.

Ausblick

„Das Leben zu Hause war noch nie so wichtig wie heute – in unseren vier Wänden, den lokalen Gemeinschaften und in unserem gemeinsamen Zuhause, dem Planeten“, so Kadnar weiter. „Wir wollen es noch viel mehr Menschen in Deutschland ermöglichen, ein besseres, gesünderes und nachhaltigeres Leben zu führen. Wir blicken optimistisch in die Zukunft und werden auch weiterhin in nachhaltiges Wachstum investieren.“

So plant Ikea, nach eigenen Angaben, Preisstabilität und mehr Nachhaltigkeit, aber auch neue Omnichannel-Formate. Zudem soll es bald Online und in der App ein 3D-Planungstool geben.

Umsatzwachstum und Geschäftsführerwechsel

Links

- [Ikea](#)