



PRESSEMITTEILUNG

Pressekontakt:

IFH Köln
Sabrina Fritsche
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-827

s.fritsche@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Abwärtstrend im Möbelmarkt setzt sich auch 2018 fort – Umsatz sinkt auf knapp 20 Milliarden Euro

Der Umsatz mit Möbeln verzeichnet 2018 ein Minus von 1,3 Prozent und fällt damit auf 19,9 Milliarden Euro. Auch in den kommenden Jahren setzt sich die Talfahrt voraussichtlich fort. Online entwickelt sich der Markt positiv. Weitere Zahlen, Daten und Fakten zum Markt liefert der neue „Branchenfokus Möbel“ von IFH Köln und BBE Handelsberatung.

Köln, 12. Februar 2019 – Die 2017 eingeläutete Trendwende im Möbelmarkt setzt sich 2018 fort, denn das Branchenergebnis liegt wiederholt im roten Bereich. Knapp 20 Milliarden Euro werden für Sofas, Schränke, Tische und Co. ausgegeben. Das entspricht einem Umsatzrückgang von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, wie der neue „Branchenfokus Möbel 2019“ von IFH Köln und BBE Handelsberatung zeigt.

„Ein turbulentes Jahr für den Möbelhandel ist vorbei – nach dem fast schon gewohnt guten Start sind die Umsätze im Sommer deutlich zurückgegangen. Der Peak im Möbelmarkt ist erreicht und wir gehen aktuell auch von einem Rückgang der Umsätze in den nächsten Jahren aus. Zwar sind die konjunkturellen Rahmenbedingungen weiterhin intakt, aber der Bedarf an weiteren Möbeln überwiegend gedeckt“, so Sebastian Deppe, Mitglied der Geschäftsführung der BBE Handelsberatung.

Erst 2023 ist den Prognosen der IFH- und BBE-Branchenexperten zufolge wieder ein leichtes Plus und ein Umsatz von 19,4 Milliarden Euro zu erwarten.

Möbelmarkt wächst nur noch online

Aktuell kann der Markt für Küchen, Sofas, Kleinmöbel und Co. nur noch online wachsen. Zwar reicht diese Entwicklung nicht aus, um das Minus im Offlinebereich zu kompensieren, aber es gelingt den stationären Händlern ihre Anteile am Onlinevolumen – nach mehrjähriger Anlaufzeit – 2018 zu steigern.

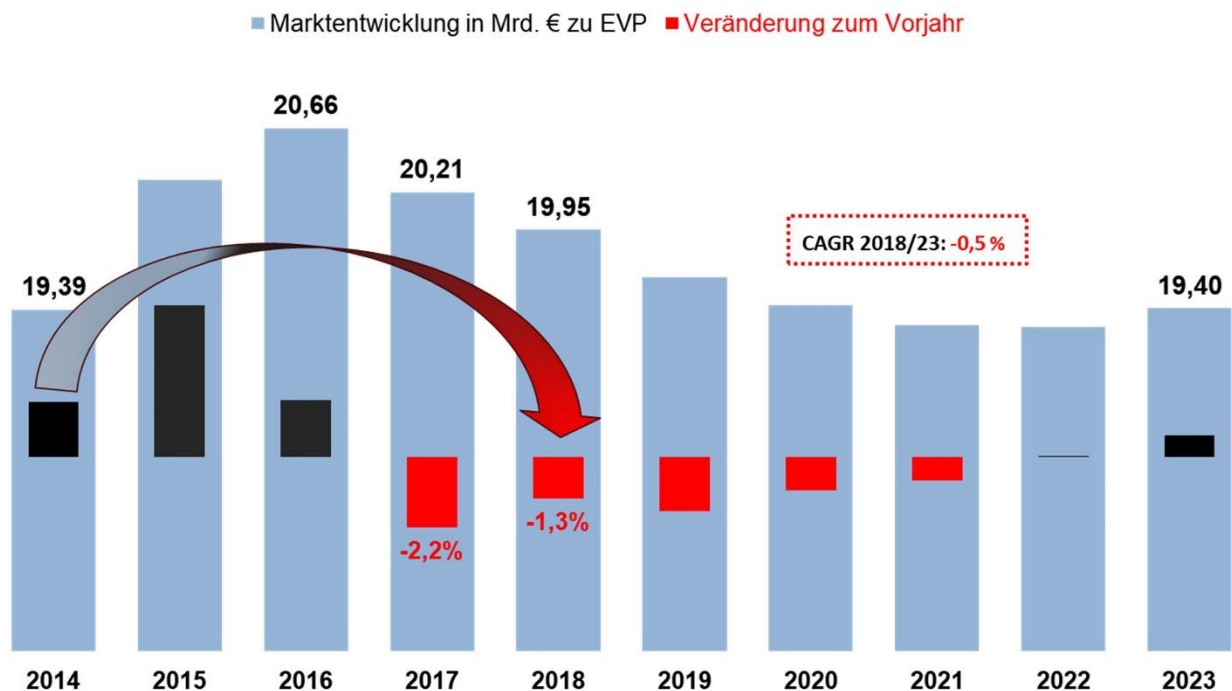
„Insgesamt halten stationäre Händler 29,5 Prozent der Onlinemarktanteile. Die benötigten finanziellen und personellen Ressourcen, um online noch mehr an Umsatz zuzulegen, stellen aber vor allem kleinere Fachhändler vor eine Herausforderung. Diese haben nur die Chance über fremde Marktplätze wie eBay, Amazon und Co. oder mithilfe des Verbands mitzuhalten“, weiß Uwe Krüger, Senior Consultant am IFH Köln.

Laut Prognose ist davon auszugehen, dass der Anteil stationärer Händler am gesamten Onlineumsatz im Markt bis 2023 auf 33,8 Prozent steigen wird.

Wörter der Meldung: 342

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.330

Möbelmarkt



Quelle: IFH Köln, 2019

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenfokus Möbel“, Jahrgang 2019 des IFH Köln in Kooperation mit der BBE Handelsberatung liefert folgende Daten:

- Marktvolumina Möbel 2014 - 2018, Prognose bis 2023
- Produktion, Im- und Export, Inlandsmarktverfügbarkeit
- 8 Warengruppen – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Vertriebswegeprofile, Vertriebsstrukturen
- 9 Vertriebsformate – Entwicklung, Wachstumstreiber
- Mainplayerübersicht / Wettbewerbsstrukturen
- Herstellerstufe, Einzelhandelsebene
- Markt- und Vertriebswegeentwicklung bis 2023

Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bezogen werden.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de