**Pressemitteilung**

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-50

www.hwb.online

bvdm@hwb.online

Köln, 20. Januar 2021

**Konjunktur im Möbel- und Küchenhandel im grünen Bereich**

**Trotz der widrigen Umstände 2020 blickt der Möbelhandel auf ein erfolgreiches Jahr zurück. Der Küchenmarkt geht als Wachstumstreiber aus der Krise hervor.**

**Der Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel wird aller Voraussicht trotz Corona im Jahr 2020 den Umsatz des Vorjahrs mit rund 34,5 Milliarden Euro Jahresbruttoumsatz leicht übertreffen. Dies ergibt sich aus Hochrechnungen auf Basis der ersten zehn Monate 2020 nach Werten des BVDM in Abstimmung mit dem IFH Köln. Für 2021 erwartet der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) eine relativ stabile Nachfrage, die vom weiteren Pandemiegeschehen abhängt.**

**Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2020**

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland sind bekanntermaßen für den Handel seit dem ersten Lockdown im März 2020 unberechenbar: Die Beschäftigungsquote ist mit Beginn des Lockdowns gesunken (im April 402.000 Erwerbstätige weniger als im Vormonat) und das Bruttoinlandsprodukt des zweiten Quartals 2020 im Vergleich zum Vorquartal um 9,8 Prozentpunkte eingebrochen. Das Instrument der Kurzzeitarbeit, die stabile Lage der Neubaubranche und Trends wie Cocooning, Homing und Homeoffice waren 2020 und jetzt eine wichtige Stütze für die Möbelbranche. Allem Anschein nach schließt der Möbel-, Einrichtungs- und Küchenfachhandel 2020 mit einem leichten Plus im Vergleich zum Vorjahr ab.

Die deutsche Wirtschaft erholte sich im Sommer wieder deutlich, nachdem sie im ersten Halbjahr 2020 im Rekordtempo geschrumpft war. Aufgrund des damit einhergehend erheblichen Arbeitsausfalls in den meisten Betrieben arbeiteten im April/Mai rund 6 Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Kurzarbeit. In den Sommermonaten Juli/August lag diese Zahl bei rund 2,5 bis 3 Millionen und von September bis November bei durchgängig rund 2 Millionen Kurzarbeitern. Auch im Handel wurde dieses Instrument angewandt und konnte somit einen massiven Stellenabbau verhindern.

Angesichts der zweiten Infektionswelle im Herbst/Winter 2020, der damit verbundenen Eindämmungsmaßnahmen und dem in großen Teilen ausgefallenen Weihnachtsgeschäft wird die Wirtschaftsentwicklung im Schlussquartal erneut nachgegeben haben. Der Rückgang des Bruttoinlandsproduktes um 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr unterstreicht diese Tendenz.

Laut Bauindustrie und ZDB dürfte der Wohnungsbau, einer der wichtigsten Indikatoren für die Möbelbranche, am besten durch die Corona-Krise kommen und 2020 ein nominales Umsatzwachstum von 4 Prozent erreichen, das 2021 mit 3 Prozent nur geringfügig niedriger ausfallen dürfte. Mit einem Umsatz von 52,6 Milliarden Euro wird der Wohnungsbau auch 2021 die wichtigste Bausparte bleiben. Der Druck auf die Wohnungsmärkte in den Ballungsgebieten hat sich nicht abgeschwächt. Aufgrund des durch Corona gestärkten Trends zum Homeoffice scheint eine eigene Immobilie noch erstrebenswerter. Hinzu kommt, dass die Haupttriebfeder der Wohnungsbauaktivitäten in den vergangenen Jahren, nämlich das äußerst niedrige Zinsniveau, auch weiterhin Bestand haben wird. Die Attraktivität von Investitionen im Wohnungsbau bleibt also ungebrochen.

**Gesamtsituation im stationären Handel**

Durch den Lockdown im März/April 2020 durften unsere Geschäfte nicht mehr öffnen und konnten somit keinen stationären Umsatz generieren. Stöbern, sich inspirieren lassen, das Testen und Erleben der Ware in den Ladengeschäften war für den Verbraucher nicht mehr möglich. Erst als im Mai die Geschäfte wieder langsam öffneten, waren die Konsumenten zunächst verunsichert und zurückhaltend. Der Gedanke, dass diese vermehrt in den Onlinehandel abwandern würden lag nah. Fakt ist, dass die Kunden einen großen Nachholbedarf verspürten und der Umsatzrückgang, der im Frühjahr bei rund 30 bis 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr lag, über den Sommer hinweg wieder aufgeholt werden konnte. Da die Bevölkerung zum großen Teil nur eingeschränkt oder überhaupt nicht in den Urlaub fahren konnte, stand entsprechendes Budget zur Verfügung, um größere Anschaffungen im Bereich Küche und Wohnmöbel zu tätigen. Trends wie Cocooning und das Arbeiten in den eigenen vier Wänden verstärkten diesen Effekt. Hinzu kommt, dass für den Verbraucher Themen wie Nachhaltigkeit, Qualität, natürliche Materialien und Langlebigkeit zunehmend kaufentscheidende Argumente sind, die einen höheren Anschaffungspreis legitimieren. Gerade bei hochpreisigen Gütern hat sich die zeitlich begrenzte Senkung der Mehrwertsteuer positiv auf die Kaufentscheidung ausgewirkt. In der hochpreisigen Lage ließen sich dadurch mehrere hundert Euro beim Möbel-/Küchenkauf sparen.

Diese Trends, die erhöhte Verweildauer im Eigenheim, die Verlagerung des Budgets vom Tourismus zur Einrichtung und die staatlichen Hilfsmaßnahmen wirkten sich äußerst positiv auf die Möbelbranche aus. Der Möbelhandel hat im letzten Jahr Ups and Downs erfahren, die sich im Vergleich mit dem Vorjahr annähernd nivelliert haben. Es konnte ein Umsatzwachstum von rund einem Prozent generiert werden. Dem stehen allerdings erhöhte Kosten, bspw. erhöhte Logistikausgaben (Stichwort: Lieferengpässe), entgegen. Somit ist der Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel weder Gewinner noch Verlierer des Coronajahres.

Laut IFH ist 2020 der Gewinner im gesamten Möbelmarkt sowohl kurz- als auch langfristig der Küchenmarkt. Küchen sind der größte Ausgabenblock in deutschen Eigenheimen.

Für den Bereich Küche wurde 2020 ein Wachstum von rund 8 Prozent erzielt; was zu einem Marktanteil von 39 Prozent führt (Küche inkl. Elektrogeräte). Der BVDM rechnet in diesem Jahr mit einem stagnierenden bis leichten Anstieg bei den Umsätzen im Segment der Polstermöbel. Der Marktanteil liegt weiterhin bei rund 18 Prozent. Der Marktanteil von Schlafzimmermöbeln und Wohnmöbeln liegt konstant bei 8 Prozent bzw. 6 Prozent.

**Onlinehandel allgemein**

Das Onlinevolumen im deutschen Handel wird laut IFH im Jahr 2020 zwischen 80 und 88 Milliarden Euro betragen, womit das Wachstum sich im Vergleich zum Vorjahr mindestens verdoppelt hat. Der Onlineanteil am Einzelhandelsumsatz wird 2024 laut IFH somit in der Trendrechnung bei 16,5 Prozent liegen und kann bei zunehmender Dynamik bis auf 19,4 Prozent ansteigen. Die Ausprägung in den einzelnen Branchen unterscheidet sich hierbei. Der Onlinehandel ist klarer Profiteur der Coronakrise ist.

Neben dem reinen Onlineversandhandel hat auch „Click & Collect“ zugelegt. Ein wichtiger Grund ist die Flexibilität bei der Abholung der Ware und auch die Möglichkeit mit anderen Einkäufen die Abholung zu verbinden. Zudem entfallen hier die Versand-/Speditionskosten, der Kunde kann seine Ware direkt mitnehmen. Laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (BEVH) haben bereits im Jahr 2018 die Hälfte der „Click & Collect“-Nutzer zwei- bis fünfmal auf diese Weise eingekauft. Dieser Trend ist während der Schließung der Geschäfte verstärkt worden.

**Trends und Prognosen für 2021**

**Der Trend zum Wohnen & Einrichten genießt in Deutschland weiterhin einen sehr hohen Stellenwert. Die Branche geht ohne große Verluste aus dem bisherigen Pandemieverlauf hervor.**

**Der stationäre Handel wird digitaler werden müssen! Künftig wird eine hybride Mischform unerlässlich sein. Virtual- und Augmented Reality gewinnen als Beratungs- und Planungstools immer mehr an Bedeutung. Dennoch besteht bei einem beachtlichen Teil der stationären KMU-Möbelhändler ein hoher digitaler Nachholbedarf! (Ergebnis einer internen Mitgliederbefragung)**

**Der Konsum wird weiter vom Infektionsgeschehen bestimmt. Mit dem harten Lockdown seit Mitte Dezember ist auch der stationäre Einzelhandel davon betroffen. Das Konsumklima bleibt gedämpft und die Sparneigung steigt.**

**Es wurden seitens der Bundesregierung finanzielle Hilfspakete aufgelegt, aber das Risiko zusätzlicher Insolvenzen bleibt hoch.**

**Wenn die Impfungen voranschreiten und das Reisen durch Europa wieder möglich wird, rechnet der BVDM mit bestenfalls stagnierenden Auftragseingängen. Die finanziellen Ausgaben werden für Urlaubs- und Privatreisen wieder steigen.**

**Aus- und Weiterbildung an der Fachschule des Möbelhandels**

Möbel und Küchen sind beratungsintensive Produkte. Die Branche benötigt top qualifizierte Fachkräfte in allen Bereichen. Der BVDM setzt sich für die Ausbildung des Branchennachwuchses ein und unterstützt als ideeller Träger die Fachschule des Möbelhandels (Möfa) in Köln-Lindenthal. Entsprechend des sich stetig weiterentwickelnden und ändernden Bedarfs der Branche an neuen Fachkräften, passt die Fachschule ihre Aus- und Weiterbildungsformate an, um diesen zu decken. Dies spiegelt sich in neuen Bildungsgängen wider. Hierzu gehören z.B. der Industriekaufmann oder der Groß- und Außenhandelskaufmann. Hinzu kommen duale Studiengänge inklusive Bachelor-Abschluss in Kooperation mit der ansässigen Fachhochschule. Die Möfa hat sich auf zeitökonomische, moderne, flexible und kosteneffiziente Ausbildungskonzepte spezialisiert, um u.a. die zeitliche Verfügbarkeit der Auszubildenden in den Betrieben zu erhöhen.

**Die imm cologne und LivingKitchen prägen die Branche und stärken die Stellung der Deutschen Möbel- und Küchenbranche**

Möbel, Einrichten und insbesondere Küchen rücken traditionell in der dritten Januarwoche verstärkt in den Fokus der Medien. Der deutsche Möbelhandel baut auf die imm cologne und die Living Kitchen. Der Stellenwert von schönem Wohnen bekommt dadurch qualitative und quantitative Impulse. Umso schmerzlicher war für die gesamte Branche die unvermeidbare Absage der wichtigsten Leitmesse.

Der BVDM ist der festen Überzeugung, dass nur eine stabile und starke Messewirtschaft der Garant für ein erfolgreiches B2B- und B2C-Business sein kann. Nur auf dem physischen Marktplatz Messe sind zuverlässige und valide Neukundengewinnungen, Stammkundenpflege, Networking, Weiterbildung, Produktpräsen­tationen, Imagetransfer, Verkaufs- und Vertragsabschlüsse sowie der Aufbau neuer Vertriebswege an einem Ort möglich. Eine erfolgreiche Messewirtschaft ist der Schlüssel für eine langfristige Erholung der Branchenkonjunktur. Es ist Zeit, dass von den Messen wieder Impulse für die Beschaffung und für den Einkauf gegeben werden können. Die Koelnmesse hat mit B-Safe4Business Village eindrucksvoll dargestellt, wie unter Einhaltung der Abstands- und Hygienemaßnahmen eine Messe zu Pandemiezeiten funktionieren kann. Dementsprechend wird es immer wichtiger, den Ausstellern und Fachbesuchern die Unsicherheit zu nehmen und einen behutsamen Weg in die wirtschaftliche Normalität zu finden.

Download-Text und Fotos unter www.hwb.online

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) ist die berufspolitische und branchenfachliche Interessenvertretung des Fachhandels mit Möbeln, Küchen und Einrichtungsgegenständen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 8.500 Unternehmen an rund 10.000 Standorten mit ca. 140.000 Beschäftigten. Der BVDM gehört als Fachverband dem Handelsverband Deutschland (HDE) an. Seine acht Landesverbände betreuen den Möbel-, Küchen- und Einrichtungs­fachhandel der Handelsorganisation vor Ort.

**Kontakt:**Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM)  
Frangenheimstraße 6, 50931 Köln  
Tel. 0221/940 83-50  
bvdm@hwb.online, www.hwb.online  
Christian Haeser, Geschäftsführer