



Ein starker Partner: Die deutschen
Möbel- und Küchenverbände.

EINRICHTUNGSHÄUSER, FACHHÄNDLER, KÜCHEN- UND POLSTERSPEZIALISTEN, JUNGES WOHNEN, MITNAHME & SB



Fotos oben: Möbel Meyerhoff, Europa Möbel-Verband, Spinnler (Atlas), Möbel Sorbata (Allencol), Fotos unten: Holmeister (Atlas), Schaffrath Küchen Mega-Store (Bogros).

Die Möbelhändler müssen permanent dafür sorgen, dass ihre Einrichtungshäuser top aufgestellt sind und regelmäßig optimiert werden – um der wachsenden E-Commerce-Konkurrenz Paroli bieten zu können. Das gilt nicht nur für Neubauten, sondern erst recht für bestehende Flächen.

Fachhandel dominiert: Mit einem Marktanteil von 77 Prozent bleiben die Spezialisten die Macher beim Thema Einrichten. Knapp 62 Prozent des Möbelfachhandels ist in Einkaufsverbänden organisiert. Insgesamt erwirtschaftete die Branche 2013 31,05 Mrd. Euro (inkl. MwSt.). Das bedeutet ein kleines Minus von 1,1 Prozent gegenüber 2012. Im Vergleich zum Einzelhandel insgesamt (+1,5 Prozent) haben die Möbler damit etwas schlechter abgeschnitten.

31,05 Mrd. Euro Umsatz: Der deutsche Möbelhandel

– Die Distribution von Möbeln an Endabnehmer 2013 –

Betriebstyp	Umsatz in Mrd. Euro
Direktabsatz/Handwerk	1,02
Möbel-Großhandel	0,54
BBO-/PBS-Fachhandel	1,65
Technischer Fachhandel	0,31
Kauf- und Warenhäuser	0,01
Versandhandel ^{1,3}	1,97
SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	0,36
Bau-, Heimwerker-, Gartenmärkte	1,02
Sonstige branchenfremde Anbieter	0,26
Kooperierender Möbelfacheinzelhandel ²	19,19
Verbandsunabhängiger Möbelfachhandel ²	4,72
SUMME	31,05
Davon an gewerbliche Kunden	2,62
Davon an private Kunden	28,43

¹ Umsatz in diesem Fall inkl. Fachsortimente. ² Bereinigt um den Umsatzanteil der Fachsortimente. ³ Einen überdurchschnittlichen Zuwachs weist der Versandhandel (hier speziell der Onlinehandel) mit rund 5 % gegenüber dem Vorjahr auf. Der Fachhandel behält weiterhin seine hohe Bedeutung als Absatzkanal und entwickelt sich immer mehr zum Dienstleistungs- und Serviceunternehmen, das nicht nur Möbel verkauft, sondern den Kunden beim Arbeiten begleitet. Quelle: EHI-Retail Institute, EHI-Möbelreport, Juni 2014

POLITIK FÜR DEN MITTELSTAND



Das Jahr 2013 war sprichwörtlich eine Berg- und Talfahrt für den mittelständischen Möbelhandel.

Die ersten Wochen waren noch von der guten Stimmung des Vorjahres und den Impulsen der „immo cologne“ geprägt. Dieser Schwung ließ allerdings zum Ende des ersten Quartals schon merklich nach. Der weitere Jahresverlauf zeigte viele Schwankungen, so dass die in der Fachgruppe Möbel zusammenarbeitenden Verbundgruppen dem Geschäftsjahr 2013 die Gesamtnote „ausreichend“ geben. Das Ergebnis aus dem Vorjahr konnte zwar nicht gehalten werden. Im Vergleich zum gesamten Einzelhandel hat der Möbelhandel aber nur geringfügig schlechter abgeschnitten. Als Hintergrund dieser Entwicklung sind auch Strukturveränderungen festzustellen. So haben auf Sortimentsbündelung spezialisierte Anbieter sowie der Küchenfachhandel über der Marktentwicklung liegende Umsatzergebnisse erzielen können. Besonders aufmerksam beobachten wir auch die überdurchschnittlichen Zuwächse im Versandhandel, der von der anhaltend positiven Entwicklung des Onlinehandels profitiert. Alles in allem sind wir dennoch – wenn auch verhalten – optimistisch für 2014. Nicht zuletzt dank der starken Verbundgruppen, die ihre Marktposition sogar leicht ausbauen konnten.

Franz Hampel, Sprecher der Fachgruppe Möbel im MITTELSTANDSVERBUND und Vorstandsvorsitzender der GARANT-MÖBEL Holding International S.A.

■ Die Fachgruppe Möbel des MITTELSTANDSVERBUNDES vereint 19 Verbundgruppen mit fast 12.000 Möbelhandelsunternehmen. Sie ist das Gremium der Möbelbranche im MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e. V., dem Spitzenverband kooperierender mittelständischer Unternehmen aus Handel, Handwerk und Dienstleistungsgewerbe in Deutschland und Europa, der in Berlin und Brüssel die Interessen von 320 Verbundgruppen vertritt. Unter seinem Dach vereint DER MITTELSTANDSVERBUND damit rund 230.000 selbstständige Unternehmen des Mittelstands in mehr als 45 Branchen. Die Anschlusshäuser erwirtschaften mit 2,5 Mio. Vollzeitbeschäftigten einen Umsatz von rund 490 Mrd. Euro und bieten 440.000 Ausbildungsplätze. Die Bedeutung der Verbundgruppen für die mittelständische Wirtschaft hat durch die Wirtschaftskrise weiteren Zuwachs erfahren.

■ DER MITTELSTANDSVERBUND hat als Unternehmensverband den Auftrag, die ihm angeschlossenen Kooperationen zu fördern. Das Ziel: Strukturbedingte Nachteile der Klein- und Mittelbetriebe gegenüber den Großbetriebsformen effektiv auszugleichen.

■ Er wirkt als Informationsverbund – durch Erfa-Gruppen, Workshops, Arbeitskreise und regelmäßige Studien zu zentralen Zukunftsthemen.

■ Als Mitglied wichtiger Organisationen und Gremien, wie z. B. dem Gemeinschaftsausschuss der Deutschen Gewerblichen Wirtschaft, der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, der Arbeitsgemeinschaft Mittelstand und dem Europäischen Verband der Verbundgruppen Independent Retail Europe erhöht DER MITTELSTANDSVERBUND stetig seinen Einfluss auf die deutsche und europäische Politik.

■ Über die Schwestergesellschaft ServiCon – Service und Consult eG stehen den Mitgliedern des MITTELSTANDSVERBUNDES individuelle Beratungsangebote und attraktive Rahmenverträge in vielfältigen Bereichen zur Verfügung, die die Zentralen ihrerseits zur besseren Profilierung ihrer Leistungen den eigenen Mitgliedern anbieten können.

möbelkultur

DAS MAGAZIN FÜR DAS MÖBEL-BUSINESS. UND DAS
OFFIZIELLE ORGAN DER ZGV-FACHGRUPPE MÖBEL.
INFO-HOTLINE: 040-632018-0 ODER WWW.MOEBELKULTUR.DE

Herausgeber: DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV, Am Weidendamm 1a, 10117 Berlin,
in Zusammenarbeit mit der „möbel kultur“, Ferdinand Holzmann Verlag, Hamburg.
ZGV-Press- und Öffentlichkeitsarbeit: Michaela Helmrich, Tel. 030/59 00 99-661,
Fax 030/59 00 99-617, E-Mail: m.helmrich@mittelstandsverbund.de, Stand: Juli 2014

DER MITTELSTANDSVERBUND



STARK IM VERBUND.

Die 19 mittelständischen Kooperationen
des Möbel- und Küchenfachhandels

