

Zukunft Möbelbranche

Wir alle verbringen mehr Zeit zu Hause als noch vor einigen Jahren. So konnte die deutsche Möbelindustrie trotz Corona-Pandemie im Jahr 2021 ihre Umsätze um 2,4% auf 19,62 Mrd. Euro steigern. Im ersten Halbjahr 2022 stieg der Umsatz um 13,4% auf rund 9,5 Mrd. Euro; mit einem Anteil von rund 3,2 Mrd. Euro erwies sich die Küchenmöbelindustrie erneut als wichtiger Wachstumsmotor der Branche. Die Beschäftigung in der gesamten Branche liegt mit 78.712 Beschäftigten in 451 Betrieben knapp auf Vorjahresniveau von 2021.

Eine Herausforderung für die Unternehmen besteht in den zu erwartenden Personalausfällen – auch durch das Erreichen des Rentenalters. Hier steht die Möbelbranche im Rekrutierungswettbewerb zu anderen Branchen – die Nachbesetzung von Führungskräften ist dabei essenziell.

Deutliche Vorteile sehen wir in der Attraktivität der Möbelbranche: Möbel sind emotionale und finanzielle Ausnahmeanschaffungen. Auch unter schwierigen Rahmenbedingungen liegen die Themen Wohnen und Einrichten bei den Verbrauchern im Trend. Das eigene Zuhause bleibt ein sicherer Rückzugsort, in denen die Gesellschaft das „Home Cooking“ nicht nur neu entdeckt, sondern auch verstärkt nutzt – als „Qualitytime“ mit Familie und Freunden.



FAKTEN

- ▶ Im Branchenfokus bleibt die stetig wachsende Zielgruppe der „Best Ager“, die dynamischer und agiler ist als je zuvor. Von Bedeutung sind Qualitäts-Möbel, die Mobilität im Alltag ermöglichen.
- ▶ Für die „Generation Z“ sind Wohnungswechsel Grundlage ihrer Überlegungen. Für sie gilt: Je flexibler das Möbel, desto besser.
- ▶ Energieeffizienz und Nachhaltigkeit sind zunehmend entscheidende Kaufkriterien.

Die Quellenangaben stellen wir Ihnen auf Nachfrage gerne zur Verfügung.



RESEARCH

Bei Möbeln und Kücheneinrichtung spielt die Marke eine große Rolle. Dabei hängt der Kauf von Küchenmöbeln zu 58% vom Preis ab. Küchen und Badezimmer werden bevorzugt modernisiert.

5 Mio.

Personen planen im Jahr 2021, in den nächsten 1 bis 2 Jahren ihre Küche renovieren bzw. modernisieren zu lassen.



ENTWICKLUNG

Möbel und Küchen „Made in Germany“ bilden auch im Export starke Felder. Der Trend bei Möbeln fordert steigende Aufwendungen im Produktmanagement und der F&E.