

Konjunktur

Wechselhafter Start in das 2. Halbjahr

Industrie: +0,6%

Handel: +2,3%

Der Juli 2017 war für die deutsche Möbelindustrie ähnlich durchgewachsen wie das Wetter in diesem Monat. Insgesamt konnte die Branche zwar 0,6% mehr Umsatz im Vergleich zum Juli 2016 erwirtschaften, allerdings zeigen die Zahlen des Statistischen Bundesamtes recht unterschiedliche Entwicklungen in den Einzelsegmenten. Die größte Sparte der deutschen Möbelindustrie, die Wohnmöbel ohne Polstermöbel, konnte ihre Umsätze im Juli insgesamt um 2,6% gegenüber dem Vorjahresmonat steigern. Besonders die Geschäfte im Ausland liefen besser (+6,8%). Die Polstermöbel erwirtschafteten dagegen ein Minus von 0,7%, wobei

besonders das Inlandsgeschäft (-5,2%) nicht mit dem Vorjahresmonat mithalten konnte. Im Ausland stiegen dagegen die Umsätze mit Polstermöbeln um starke 7,5%. Eine ähnliche Entwicklung weisen die Küchenmöbel auf, bei denen einem Minus von 3,5% im Inland ein leichtes Plus von 0,5% im Ausland gegenübersteht. Insgesamt kommen die Hersteller von Küchenmöbeln im Juli auf einen Umsatzrückgang von 1,9%. Die größten Einbußen innerhalb der deutschen Möbelindustrie mussten allerdings die Matratzen-Hersteller hinnehmen (-8,6%) – sowohl im Inland (-7,7%) als auch im Ausland (-13,6%). Positiv verlief der Juli 2017 wiederum

für Büro- und Ladenmöbel, wo sich das Gesamt-Plus von 2,1% aus um 1,9% höheren Umsätzen im Inland und um 2,5% gestiegenen Erlösen im Ausland zusammensetzt. Kumuliert über die ersten sieben Monate des Jahres 2017 kommt die deutsche Möbelindustrie auf 10,317 Mrd. Euro Umsatz und erreicht damit ein leichtes Plus von 0,5% gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Außenhandel bewegt sich kaum

In etwa auf dem gleichen Niveau wie die Umsätze der deutschen Möbelindustrie bewegten sich im Juli auch die Einfuhren des deutschen Möbelaußenhandels (+0,5%). Besonders gefragt waren Matratzen mit einem Plus von 27,8%. Ladenmöbel (-34,8%) und Küchenmöbel (-22,8%) wurden dagegen deutlich weniger eingeführt als noch im Vorjahresmonat. Insgesamt schlägt auf Seiten der Importe ein Umsatzvolumen von rund 899 Mio. Euro zu Buche. Die Erlöse aus den Exporten entsprechen mit rund 826 Mio. Euro im Juli 2017 exakt denen aus dem Vorjahres-Juli. Während Ladenmöbel deutlich weniger ausgeführt wurden, stieg der Export von Büromöbeln (+6,2%), Matratzen (+3,8%) und Küchenmöbeln (+2,1%) an. Erfreuliche Zahlen kommen im Juli aus dem deutschen Möbelhandel, der seine Umsätze um 2,3% gegenüber dem Vorjahresmonat steigern konnte. ast

Gastanalyse zum Ifo-Geschäftsklimaindex

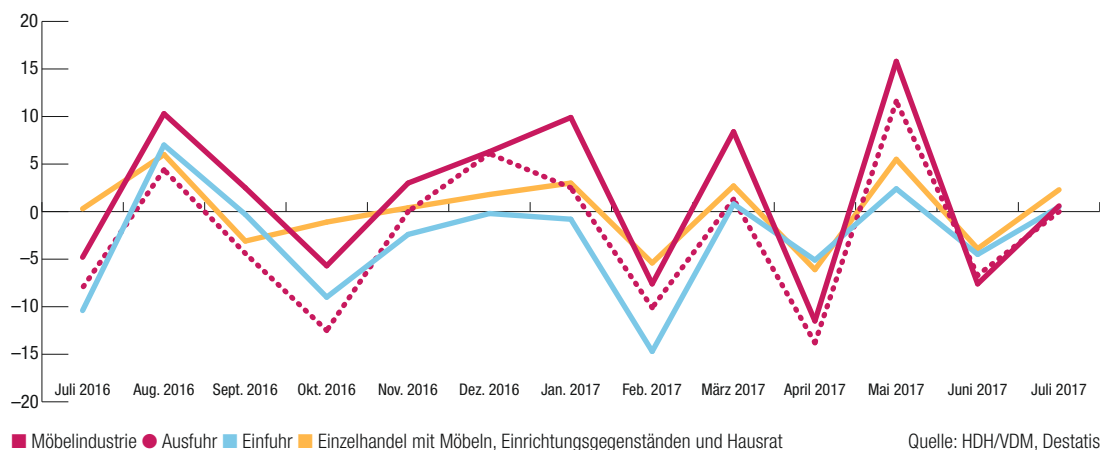
Diese Entwicklung entspricht auch den neuesten Zahlen des Ifo-Konjunkturtests: Legt man den saisonbereinigten und geglätteten Ifo-Geschäftsklimaindex für die Beurteilung der konjunkturellen Entwicklung im Möbelhandel zugrunde, so kommt man zu der Feststellung, dass im dritten Quartal 2017 der seit dem zweiten Quartal 2016 zu beobachtende leichte kontinuierliche Konjunkturrückgang im Berichtsquartal zum Stillstand gekommen ist und sich die konjunkturelle Lage leicht verbessert hat. Der Index ist nämlich von -7,7 Punkten im zweiten auf -3,9 Punkte im dritten Quartal zurückgegangen. Gestützt wird diese Aussage auch durch die Tatsache, dass die konjunkturelle Erholung im dritten Quartal kontinuierlich erfolgte, ausgehend von einem Indexstand von -5,7 im Juni auf

Grafik 3: Entwicklung des Umsatzes, der Zahl der Betriebe und der Beschäftigten in der deutschen Möbelindustrie: Juli 2017 (Betriebe ab 50 Beschäftigte)

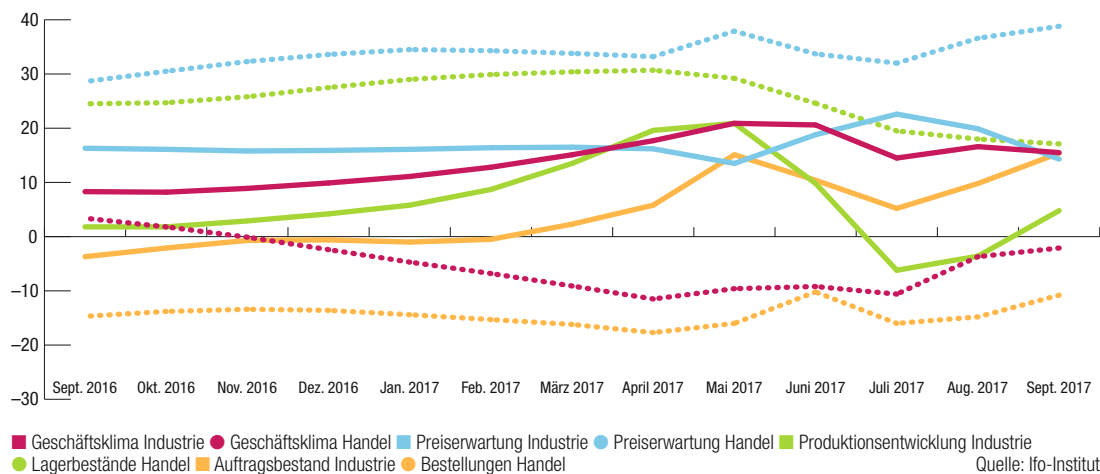
	Umsatz Juli (1.000 Euro)	% geg. Vorjahr	Umsatz Januar – Juli (1.000 Euro)	% geg. Vorjahr	Betriebe Juli	% geg. Vorjahr	Beschäftigte Juli	% geg. Vorjahr
Büro- und Ladenmöbel	311.776	2,1%	2.188.780	2,4%	142	3,6%	21.821	1,6%
Küchenmöbel	330.150	-1,9%	2.713.272	-2,4%	54	0,0%	15.985	0,0%
Matratzen	53.937	-8,6%	512.360	-1,0%	33	3,1%	3.995	-1,2%
Wohnmöbel	630.468	2,2%	4.902.720	1,5%	267	-3,6%	41.932	-1,7%
Möbelindustrie insgesamt	1.326.330	0,6%	10.317.133	0,5%	496	-0,8%	83.733	-0,5%

Quelle: VDM

Grafik 1: Konjunktur-Barometer der deutschen Einrichtungsbranche bis Juli 2017 (in Prozent)



Grafik 2: Ifo-Geschäftsklima der deutschen Einrichtungsbranche bis September 2017



-3,9 im Juli und schließlich auf -2,1 Punkte im September 2017. Die Ursprungswerte der Erhebung zeigen, dass 55% der Testfirmen mit ihrer Geschäftslage zufrieden waren und sich die Unternehmen mit einer guten und die mit einer schlechten Geschäftslage weitgehend die Waage hielten. Die entsprechenden Vorjahresumsätze konnten allerdings nicht ganz gehalten werden. Die Lagerbestände sind im Möbelhandel strukturell teilweise überhöht, wie in vielen Vormonaten gab knapp ein Viertel der Firmen ein entsprechendes Urteil ab. Die Ordertätigkeit in den nächsten drei Monaten entspricht mengenmäßig weitgehend der des dritten Quartals 2016; nur marginal werden Orderkürzungen vorgenommen. Was die Entwicklung der Verkaufspreise betrifft, so sprachen während des gesamten Berichtsquartals nur wenige Firmen von Preiserhöhungen. Für die nächsten drei Monate rechnen allerdings 37% der Meldefirmen mit einer Anhebung der Verkaufspreise. Die weiteren Geschäftsaussichten auf Sicht von sechs Monaten werden sich nach Meinung der Unternehmen insgesamt kaum verändern.

18% der Firmen, die mit Belebungsimpulsen rechnen, stehen 22% gegenüber, die eher mit Schwächetendenzen rechnen. Walter Meyerhöfer

den schon einmal Curated-Shopping-Angebote in Anspruch genommen. Einen online verfügbaren Produktberater haben 58% der Smart Consumer bereits genutzt. Eine Herausforderung für den Handel sei es nun, die Nutzer bei Laune zu halten, da schnell ein Gewöhnungseffekt eintrete. „Es müssen immer wieder neue Ideen und Angebote entwickelt werden, um gerade auch die anspruchsvollen Smart Consumer zu begeistern und zu binden“, so Studienautorin Mailin Schmelter. ast

Anspruchsvolle Smart Consumer

Auf welche Veränderungen sich Händler bezüglich des Kaufverhaltens ihrer Kunden einstellen müssen, hat die Studie „Service-Evolution im Handel – aus Erlebnis wird Convenience“ des ECC Köln versucht herauszufinden. So haben 43% der smartphoneaffinen Kun-

den schon einmal Curated-Shopping-Angebote in Anspruch genommen. Einen online verfügbaren Produktberater haben 58% der Smart Consumer bereits genutzt. Eine Herausforderung für den Handel sei es nun, die Nutzer bei Laune zu halten, da schnell ein Gewöhnungseffekt eintrete. „Es müssen immer wieder neue Ideen und Angebote entwickelt werden, um gerade auch die anspruchsvollen Smart Consumer zu begeistern und zu binden“, so Studienautorin Mailin Schmelter. ast

moebelmarkt.de → MÄRKTE

Grafik 4: Konjunktur-Barometer – Einrichtungshandels-Märkte in Europa und den USA (Umsatzentwicklung Möbel und Einrichtungsgegenstände, Veränderung in Prozent)

