



© Panthermedia.net/lightpoet

Vielseitig

Vor allem Dekoartikel, Gartenmöbel und Beleuchtung sowie Saisonware werden von den heimischen Kunden gekauft.

Auf Holz gebaut: Erstarkte Branche

Der zuletzt stagnierende Möbelhandel hat 2017 um 2,8% zugelegt; 746 Euro gibt der Konsument hier aus.

••• Von Eva Kaiserseder

WIEN. Des Österreichers Hang zum Häuslbauen freut eine Branche besonders: den Möbelhandel; dieser seit Jahren stagnierende Bereich wächst wieder. Nach Jahren der Flaute hat der Gesamtmarkt laut aktuellen RegioData-Zahlen 2017 wieder zugelegt, zumindest in solidem Umfang: 2,8 Prozent Zuwachs gab es zu verbuchen. Neben Eigenheimen, die eingerichtet werden wollen, kommt der Branche die deutlich stärkere Kaufkraft zugute. Gekauft wurden vor allem Dekorationsartikel, Gartenmöbel, Beleuchtung und Saisonware. Durchschnittlich gab jeder Österreicher 746 € für Möbel und Einrichtungsgegenstände aus.

Produktiv in der Fläche

Dabei umfasst der Gesamtumsatz des österreichischen Möbelmarkts 2017 rund 5,3 Mrd. €.

Die drei Möbelriesen XXXLutz, kika/Leiner und Ikea kommen dabei auf rund zwei Drittel des gesamten Marktes.

Den derzeit unangefochtenen Topwert europaweit hält Österreich dabei bei der Flächenproduktivität – diese wurde im Jahr 2017 nochmals um 2,6% gesteigert.

Der Schwede kann's

Marktanteilsleader ist mit deutlichem Vorsprung XXXLutz: Der Möbelriese hält laut den Berechnungen von RegioData etwa 29%, kika/Leiner rund 20% und Ikea knapp 16% Marktanteil. Online liegt der Anteil im Möbelhandel bei zehn Prozent.

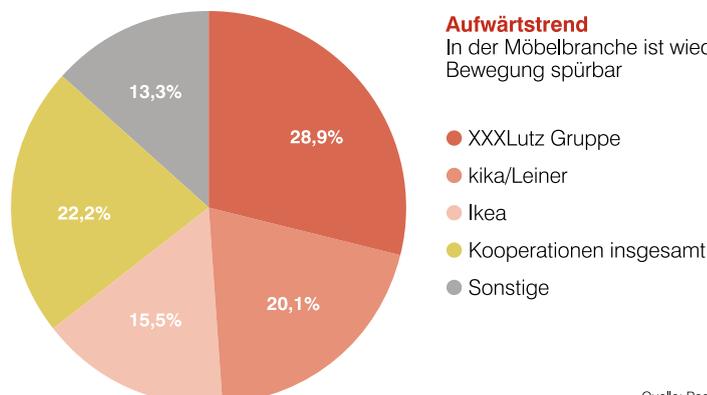
Das stärkste Wachstum verzeichneten im Vorjahr aber die sogenannten Verbund- bzw. Marketingvereinigungen. Dazu zählen etwa Garant Möbel, MHK Group, WohnUnion oder Europa Möbel. Insgesamt verbuchen hier die Top Drei bereits

einen Marktanteil von über 22%. Am besten performte übrigens der schwedische Möbelkonzern Ikea. Denn bei gleichbleibender Verkaufsfläche konnte dieser die Umsätze im vergangenen Jahr weiter ausbauen, der Marktanteil von rund 16% wurde mit lediglich acht Standorten erzielt. Die Quadratmeterumsätze

seien mehr als dreimal so hoch wie bei den anderen beiden Top-Platzierten. Der Schwede konzentrierte sich auf den Ausbau des Onlinehandels und der Serviceleistungen sowie auf die Umsetzung des geplanten innerstädtischen Standorts Wien Westbahnhof.

Frische Ideen vonnöten

Der harte Verdrängungswettbewerb drängt die Big Player laut den RegioData-Experten auch zu neuen Strategien. So will die XXXLutz-Gruppe ihren Online-Anteil deutlich steigern. kika/Leiner soll nach der Schließung von vier Standorten und der erfolgten Übernahme durch Signa (vermutlich) einem Sanierungsprozess unterzogen werden; und Ikea kommt mit dem innerstädtischen Betriebstyp.

Marktanteile der Top-Marktteilnehmer**Aufwärtstrend**

In der Möbelbranche ist wieder Bewegung spürbar