

Studie zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Möbel- und Küchenindustrie

Jan Kurth, Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM)
Volker Irle, Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK)

6.7.2020



COLOGNE STRATEGY
GROUP

Stefan Schultheiß

conneum
CONCEPTS

Dr.-Ing. Elmar Stumpf

Vorgehensweise der Studie

- Ziel: schneller und tiefer Einblick in die aktuelle Situation der Möbel- und Küchenindustrie während der Corona-Pandemie
- Vorgehensweise:
 - Befragung von 1000 Verbrauchern
 - Interviews mit Möbel-, Küchenmöbel- und Hausgeräteherstellern, Möbelhändlern und Möbelzulieferern
 - Analyse aktueller Konjunkturdaten und -prognosen
 - Auswertung von Daten von VDM, VHK und AMK (u.a. Corona-Umfragen)

Branche kommt bisher robust durch die Krise

- Umsatzeinbußen sind bislang beherrschbar und geringer als zu Beginn der Krise befürchtet
- Industrie verkürzt ihre Reaktionsgeschwindigkeit
- Relativ kurzer Lockdown des Möbelhandels im Vergleich zu anderen Branchen
- Kundenkontakt teils durch Videoberatung gehalten
- Erfreuliche Nachfrage seit Wiederöffnung der Geschäfte
- Starker Fokus der Verbraucher auf das Thema Wohnen und Einrichten



Schnelle Reaktionen auf die Krise

- Home Office und versetzte Schichten
- Produktionsabläufe flexibel angepasst
- Störungen in Lieferketten durch höhere eigene Wertschöpfung und neue Lieferanten eingegrenzt
- Kosteneinsparungen (Kurzarbeit, Reisekosten, Marketing)

Starke Position für die Zeit nach der Krise

- Optimierung der Prozesse (agile, flexible Arbeitsabläufe)
- Überarbeitung der Produktionsanlagen (vorgezogene Umbauten)
- Verbesserung der Kommunikation mit Lieferanten und Kunden
- Sicherung von Liquidität (neue Kreditlinien, Zusammenarbeit mit Kreditversicherungen)
- Flexiblere und breitere Aufstellung der Lieferketten (kurze Lieferwege)
- Produktinnovationen (z.B. Thema Hygiene)

Besonderheiten in der Küchenbranche

- Insbesondere die Küchenhändler führten auch während der Schließung der Geschäfte die vorher begonnenen Planungen fort (z. B. mit Videokonferenzen)
- Da handwerkliche Tätigkeiten erlaubt waren, konnten in dieser Zeit Aufmäße beim Endkunden genommen und Küchen installiert werden
- Die meisten Hersteller hatten zu Beginn des Lockdowns weiterhin einen relativ guten Auftragseingang, die negativen Auswirkungen geschlossener Geschäfte machten sich erst später bemerkbar
- Größtenteils durchlaufende Produktionen sicherten die Liquidität der Händler
- Insbesondere bei den Hausgeräten war eine höhere Abhängigkeit von den internationalen Lieferketten zu verzeichnen

Aus der Krise ergeben sich Chancen

- Veränderte Prioritäten der Verbraucher
- Thema Einrichtung gewinnt aus Kundensicht stark an Bedeutung
- Budgets werden teils zugunsten von Möbeln umgeschichtet (Urlaub ausgefallen, Fahrzeugkauf verschoben)
- Bereitschaft, mehr Geld für Möbel „Made in Germany“ auszugeben

Einkaufsverhalten ändert sich in der Krise

- Verschiebung zu Online-Möbelkäufen hat sich deutlich beschleunigt
- Auch Vorabinformation und Planung erfolgen vermehrt online
- Das stationäre Produkterlebnis bleibt insbesondere bei höheren Investitionen wichtig
- Küche: Onlinekäufe spielen hier eine geringere Rolle, aber neue technische Lösungen vereinfachen die Onlineberatung
- Industrie ist gefragt, ihre Handelspartner durch onlinefähige Marketing-Materialien, SEO-fähige Texte und onlinefähige Produkte zu unterstützen

Digitalisierungs-Schub für die Branche

- Hybride Handelsformate gewinnen an Bedeutung
- Kombination von Online und Offline bei Schulungs- und Infoveranstaltungen
- Bei Messen werden Online- und Offline-Auftritte verknüpft; für den persönlichen Austausch werden Messen weiterhin als sehr wichtig erachtet
- Unternehmensintern: Home Office in Kombination mit Büro vor Ort

Breitere Aufstellung in der Welt angestrebt

- Breitere räumliche Vertriebsaufstellung ermöglicht den Ausgleich von regional temporär wegbrechenden Umsätzen
- Langfristiges Wachstum in attraktiven Exportmärkten
- Besserer Zugriff auf Lieferanten in den jeweiligen Märkten
- Möglichkeit der Umschichtung von Produktionskapazitäten im Fall lokaler Lockdowns

Erwartungen für das Gesamtjahr 2020

- Nach bisheriger Einschätzung geht die Möbel- und Küchenindustrie recht robust durch die Krise
- Unternehmen sind relativ solide aufgestellt
- Entlassungs- oder Insolvenzwellen konnte bisher vermieden werden
- Branche kommt nach aktuellem Stand nach mit einem „blauen Auge“ davon
- Möbelindustrie erwartet für 2020 ein Umsatzminus von maximal 10 Prozent (Umsatz 2019: 17,9 Milliarden Euro)