

BRANCHENFOKUS BÜROMÖBEL

JAHRGANG 2016



UWE KRÜGER

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON
IFH KÖLN UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH
Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Uwe Krüger
Telefon +49(0)221 943607-63
u.krueger@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln**.
Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Titelfoto: Fotolia.com

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	IV
Übersichtenverzeichnis	V
Editorial	8
Kapitel I	
Der deutsche Markt für Büromöbel: Zahlen, Fakten, Zeitreihen	11
A Die Herstellerebene	14
1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktvorsorgung (zu Herstellerabgabepreisen)	14
2 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	22
B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2011 bis 2015	27
1 Die Gesamtmarktentwicklung	27
2 Die Warengruppen	32
■ Bürositzmöbel aus Holz	32
■ Schreibtische/Beistelltische aus Holz	32
■ Büroschränke aus Holz	32
■ Sonstige Büromöbel aus Holz	32
■ Bürositzmöbel aus Metall	32
■ Schreibtische/Beistelltische aus Metall	32
■ Büroschränke aus Metall	32
■ Sonstige Büromöbel aus Metall	32

3	Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Warengruppen	38
C	Die Vertriebsebene	39
1	Vertriebswegeprofile	40
2	Die Vertriebsstrukturen 2011 bis 2015 mit den Formaten ...	43
	■ PBS/BBO-Fachhandel	43
	■ Möbelfachhandel	43
	■ Fachmärkte	43
	■ Kauf-/Warenhäuser	43
	■ Versender	43
	■ Internet-Pure-Player	43
	■ SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	43
	■ Cash&Carry-Großhandel	43
	■ Direktvertrieb	43
3	Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Vertriebswege	52
4	Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	53
Kapitel II	Der deutsche Markt für Büromöbel: Prognose bis 2020	58
A	Die wichtigsten Einflussfaktoren	58
1	Gesamtwirtschaftliche Situation	59
2	Branchenspezifische Determinanten und Rahmenbedingungen	65
3	Branchenspezifische Annahmen	69
4	Branchenpositionierung von Büromöbeln im Geschäftsfeld Office Products bis 2020	72

5	Büromöbel im Vergleich zur langlebigen Gebrauchsgüternachfrage	75
6	Preisentwicklung für Büromöbel bis 2020	76
B	Prognose-Ergebnisse im Detail von 2015 bis 2020	77
1	Umsatzentwicklung des Büromöbelmarktes bis 2020 Gesamtmarkt und Teilmärkte im Detail	78
2	Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2011 bis 2020, Entwicklung in Mio. Euro/Indexvergleich mit Office Products	80
3	Marktstruktur nach Teilmärkten 2011/ 2014 / 2015 / 2020 in Mio. Euro / in Prozent	81
4	Vertriebswege für Büromöbel 2014 bis 2020 Marktanteile im Detail in Prozent und Mio. Euro	82
5	Vertriebswegesituation für Büromöbel 2015 / 2020 im Vergleich: Marktanteilsgewinner / -verlierer	84
6	Vertriebswegesituation für Büromöbel 2020 in Prozent / Indexentwicklung 2015 / 2020	85

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Struktur der Hersteller von Büro- und Ladenmöbeln: Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe 2014 (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	25
Tabelle 2: Hersteller und Produktportfolio	26
Tabelle 3: Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2015 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	30
Tabelle 4: Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2011 bis 2015 (Index 2011=100)	31
Tabelle 5: Struktur des Büromöbelgroßhandels in der Einteilung nach Mittelstand, Klein- und Großbetrieben (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in Prozent)	56
Tabelle 6: Händler und Sortimente	57
Tabelle 7: Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2020 (in Mio. Euro zu EVP)	78
Tabelle 8: Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	79
Tabelle 9: Büromöbel: Marktanteile der Vertriebswege 2014 bis 2020 (in %)	82
Tabelle 10: Büromöbel: Marktanteile der Vertriebswege 2014 bis 2020 (in Mio. Euro)	83

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Strategischer Branchenüberblick: Büromöbel im Geschäftsfeld Office Products	13
Übersicht 2: Die Inlandsmarktversorgung mit Büromöbeln, 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	17
Übersicht 3: Die Inlandsmarktversorgung mit Sitzmöbeln 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	18
Übersicht 4: Die Inlandsmarktversorgung mit Schreibtischen 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	19
Übersicht 5: Die Inlandsmarktversorgung mit Schränken 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	20
Übersicht 6: Die Inlandsmarktversorgung mit sonstigen Büromöbeln 2011 bis 2015 in Mio. Euro zu HAP	21
Übersicht 7: Umsatzgrößenstruktur der Hersteller von Büro- und Ladenmöbeln vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2014	25
Übersicht 8: Büromöbelmarkt: Langfristtrend 1992 bis 2016 in Mrd. Euro	28
Übersicht 9: Büroarbeitsplätze in Deutschland 1999 bis 2015 in Tsd. (Index 1999 = 100)	29
Übersicht 10: Büromöbelmarktstruktur nach Verwendungen 2011 bis 2015 in %	33
Übersicht 11: Büromöbelstruktur nach Materialarten 2011 bis 2015 in %	33
Übersicht 12: Bürostühle: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2016/20 CAGR 2016/20 in Prozent	34
Übersicht 13: Schreibtische/Bestelltische: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2016/20, CAGR 2016/20 in Prozent	35
Übersicht 14: Büroschränke: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2016/20 CAGR 2016/20 in Prozent	36
Übersicht 15: Sonstige Büromöbel: Umsatzentwicklung in Mio. Euro 2011-2016/20 CAGR 2016/20 in Prozent	37

Übersicht 16:	Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten im Berichtsjahr 2015	38
Übersicht 17:	Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten 2011 bis 2015 (Index 2011=100)	38
Übersicht 18:	Die Marktanteile der Vertriebswege in der Retrospektive 2011 bis 2015 in %	44
Übersicht 19:	Büromöbel: Online/Offline-Anteile 2015 in % des Gesamtmarktes	45
Übersicht 20:	Büromöbel: Online-Marktanteile 2015 in % nach Absatzwegen	46
Übersicht 21:	Büromöbel-Umsätze des PBS/BBO-Fachhandels 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	47
Übersicht 22:	Büromöbel-Umsätze der Fachmärkte 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	47
Übersicht 23:	Büromöbel-Umsätze der Möbelfachhandels 2011 bis 2016/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	48
Übersicht 24:	Büromöbel-Umsätze Versender 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	49
Übersicht 25:	Büromöbel: B ₂ C-Online-Umsätze 2005, 2012 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	50
Übersicht 26:	Büromöbel-Umsätze Internet-Pure-Player 2011 bis 2015/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	50
Übersicht 27:	Büromöbel-Umsätze C&C-Großhandel 2011 bis 2016/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	51
Übersicht 28:	Büromöbel-Umsätze Direktvertrieb 2011 bis 2016/20 in Mio. Euro / in Prozent zum Vorjahr	51
Übersicht 29:	Büromöbel – Marktanteile der Vertriebswege im Berichtsjahr 2015	52
Übersicht 30:	Büromöbel – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2015	52
Übersicht 31:	Umsatzgrößenstruktur des Großhandels mit Büromöbeln vs. Großhandel in der Lorenzkurve 2014	56

Übersicht 32:	Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2011 - 2020	62
Übersicht 33:	Private Konsumausgaben und ihre Verwendung, 2011 - 2020	63
Übersicht 34:	Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2011 - 2020	64
Übersicht 35:	Branchenrelevante Determinanten im Überblick	66
Übersicht 36:	Büromöbel: Branchenpositionierung im Geschäftsfeld Office Products im Dynamik-Volumen-Portfolio	73
Übersicht 37:	Büromöbel: Märktedynamik im Geschäftsfeld Office Products 2011/2015 und 2015/2020	73
Übersicht 38:	Büromöbel: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Geschäftsfeld Office Products 2011/2015/2020	74
Übersicht 39:	Büromöbel und langlebige Gebrauchsgüter bis 2020	75
Übersicht 40:	Die Preisentwicklung für Büromöbel bis 2020	76
Übersicht 41:	Das Marktvolumen für Büromöbel insgesamt 2011 bis 2020 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)	80
Übersicht 42:	Marktentwicklung Büromöbel vs. Geschäftsfeld Office Products 2011 bis 2020 (Index 2011=100)	80
Übersicht 43:	Marktvolumen für Büromöbel nach Teilmärkten bis 2020 in Mio. Euro	81
Übersicht 44:	Marktvolumen für Büromöbel nach Teilmärkten bis 2020 in %	81
Übersicht 45:	Büromöbel: Marktanteile der Vertriebswege 2015 und 2020 (in %)	84
Übersicht 46:	Büromöbel: Marktanteilsgewinner/-Verlierer 2015 vs. 2020 (Differenz in Prozentpunkten)	84
Übersicht 47:	Büromöbel: Marktanteile der Vertriebswege 2020	85
Übersicht 48:	Büromöbel: Indexentwicklung der Vertriebswege 2015 bis 2020 (Index 2015=100)	85
Übersicht 49:	Büromöbel: Vertriebswegedynamik 2011/2015 und 2015/2020	86