

**Pressekontakt****RegioData Research GmbH**

Ekatrine Nikolaeva, MA  
Theobaldgasse 8, A-1060 Wien; T: +43 1 585 76 27-50  
e.nikolaeva@regiodata.eu, www.regiodata.eu

**Datum**

04. Juli 2019

**Presseaussendung****REGIODATA-STUDIE: MÖBELHANDEL – RABATT-SCHLACHTEN IN EINEM ÜBERBESETZTEN MARKT**

**Der Gesamtmarkt im heimischen Möbelhandel wächst mit 1,6 % nur geringer als die Inflationsrate. Und der stationäre Handel verliert kontinuierlich Marktanteile an das Internet.**

**→ Möbelmarkt ist 5,4 Milliarden € schwer**

Pro Jahr gibt jeder Österreicher durchschnittlich 758 € für Möbel und Einrichtungsgegenstände und Zubehör aus. Die Ausgaben steigen insbesondere in den Sortimenten Dekorationsartikel, Beleuchtung und Saisonware. Aktuell am stärksten entwickelt sich jedoch die Produktgruppe „Outdoor-Living“, der Boom bei Betten („Boxspring“) scheint hingegen wieder etwas abzuflachen.

Der Onlineanteil im Möbelhandel liegt (gemessen an den Konsumausgaben der privaten Haushalte) bei 13% und wird – aufgrund von bestehenden, starken Anbietern und aufstrebenden, neuen Online-Spezialisten – auch weiterhin steigen. Die aktivsten Internet-Player in Österreich sind übrigens Amazon, IKEA und Universal-Versand.

Im letzten Jahr ist der Gesamtumsatz im Möbelhandel (stationär und online) nur um 1,6 % nominell gestiegen und so wird es vermutlich auch weiter gehen. Die Prognosen für 2019 liegen bei 1,9 %.

**→ Rabattschlachten als Zeichen des Überbesatzes**

Als Konsument erhält man den Eindruck, dass es nur mehr „Jubiläums“- , „Räumungs“- , „Sortimentswechsel“- oder sonstige –tage gibt und fast alles angeblich immer um 20, 50 oder 70 % billiger ist. Vor allem die beiden Marktführer, die XXXLutz-Gruppe und die Kika/Leiner-Gruppe – beide mit insgesamt über 1,5 Mio m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – beteiligen sich an diesen Rabattaktionen.

Der hohe Anteil an Möbelwerbung in den klassischen Medien in Österreich ist ein klares Zeichen für einen Überbesatz im stationären Handel: Österreich hat mit etwa 0,3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner die höchste Dichte in Europa!

**→ XXXLutz, Kika/Leiner und IKEA beherrschen den Markt**

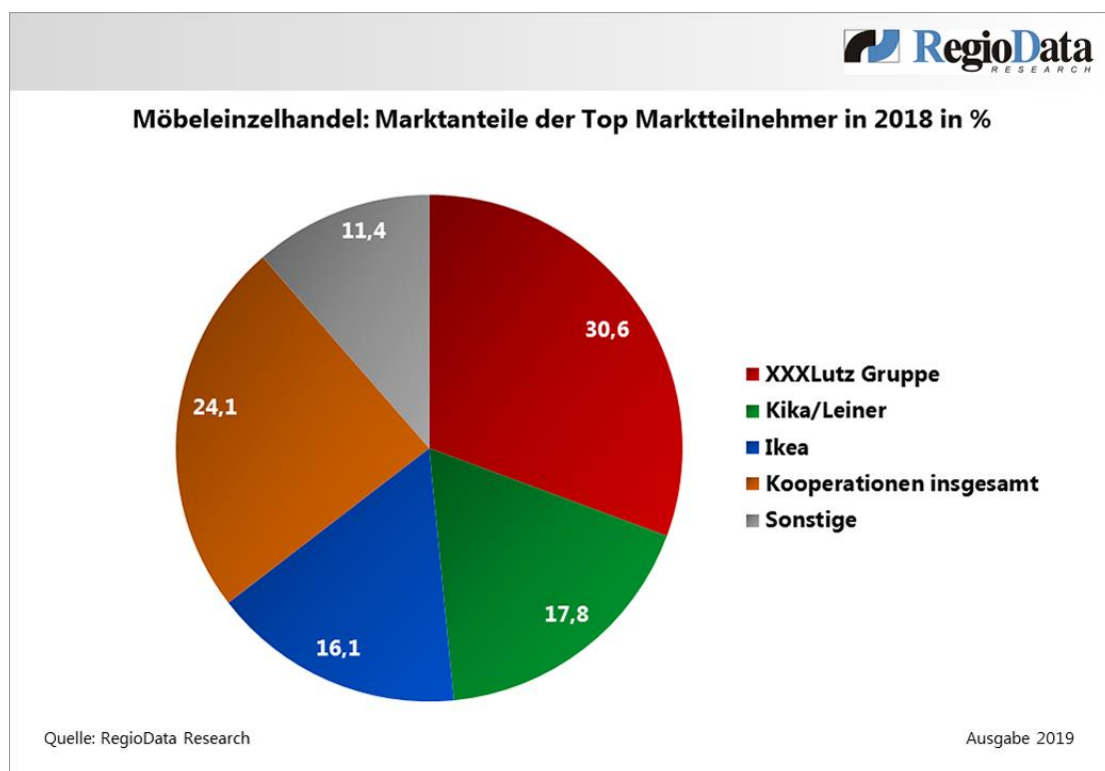
Die drei größten Marktteilnehmer teilen sich knapp zwei Drittel des Marktes: XXXLutz hält über 30 %, Kika/Leiner ca. 18 % und IKEA etwa 16 % Marktanteil. Langfristig betrachtet zählen die XXXLutz-Gruppe (mit den Betriebstypen XXXLutz, Möbelix und Mömax) und IKEA hinsichtlich der Marktanteile zu den Gewinnern, die Kika/Leiner-Gruppe hingegen zu den Verlierern.

→ **IKEA spielt in einer eigenen Liga**

Der schwedische Möbelriese performt weiterhin stark: Abseits von den Rabattschlachten der anderen Großen ist IKEA besonders produktiv und konnte seine Umsätze bei gleichbleibender Fläche weiter ausbauen. Der Marktanteil von etwa 16 % wird mit nur etwa 132.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erzielt. Die Quadratmeterumsätze sind mehr als dreimal so hoch wie der Branchendurchschnitt.

→ **Verbundgruppen wachsen am stärksten!**

Das stärkste Umsatzwachstum konnten Verbund- bzw. Marketingvereinigungen erzielen. Zu diesen zusammengeschlossenen, selbstständigen Möbelhändlern zählen beispielsweise Garant Möbel, MHK Group, VME Union und Europa Möbel. Marken wie diese nehmen eine sehr stabile Funktion ein und besitzen insgesamt einen beachtlichen Marktanteil von 24 %.



Nähere Informationen: Fr. Ekaterine Nikolaeva [e.nikolaeva@regiodata.eu](mailto:e.nikolaeva@regiodata.eu)

**RegioData Research** erhebt und berechnet jährlich Daten zur Handelslandschaft in Österreich und Europa. Die BranchenKennzahlen Österreich werden für neun verschiedene Branchen erstellt und sind im [RegioData Online-Shop](#) um € 690 exkl. MwSt. erhältlich.

Die **RegioData Research GmbH**, mit Sitz in Wien und München, ist Spezialist bei regionalen Wirtschaftsdaten in Europa. Wir liefern Entscheidungsgrundlagen für Handel, Real Estate und Finanzierung. Aktuell, klar und sicher.