

1 Branche in Kürze

Die nominalen Umsatzzuwächse können über negative Tendenzen in der deutschen Möbelindustrie nicht hinwegtäuschen. Die Stimmung ist vergleichsweise trüb, die Bilanzkennziffern tendieren zum Teil negativ und der Wettbewerb wird intensiv geführt. Chancen ergeben sich durch Veränderungen auf der Basis von Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsbestrebungen. Hinzu kommt das starke Exportgeschäft, das auch durch das Label „Made in Germany“ Impulse erhält (► **Abbildung 1, S. 2**).

Betriebs- und Beschäftigtenzahlen gesunken

Die Material- und Energiepreise sind nach dem Beginn des Krieges in der Ukraine in die Höhe geschossen, auch wenn die Preisspitze bereits Mitte 2022 in vielen Bereichen überwunden wurde. Gleichwohl musste der Wirtschaftszweig „Herstellung von Möbeln“ seine Produkte entsprechend teurer verkaufen. Dies ist der Hauptgrund dafür, dass das Umsatzvolumen zuletzt seinen Höchststand erreichte. Auf der anderen Seite gingen in der Branche sowohl die Betriebs- als auch die Beschäftigtenzahlen zurück. Der Auslandsumsatz, der etwa ein Drittel des Gesamtumsatzes ausmacht, hat zuletzt leicht an Bedeutung gewonnen.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit als wichtige Trends

Mit der Digitalisierung sind für den Wirtschaftszweig einige Chancen verbunden. Dies betrifft unter anderem eine effizientere Produktion, eine verbesserte Kommunikation und eine angemessene Kundenansprache im Sinne einer Multi-Channel-Strategie. Automatisierungsprozesse spielen

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Impulse durch Nachhaltigkeit
Guter Ruf von „Made in Germany“
Risiken
Negative Folgen des Krieges in der Ukraine
Intensiver Wettbewerb

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

vor allem in mittleren und großen Unternehmen eine wichtige Rolle. Dabei sind auch Nachhaltigkeitsaspekte zu beachten, wobei die Nachhaltigkeitsrisiken im untersuchten Wirtschaftszweig vergleichsweise gering sind (S-ESG-Branchenscore Note B).

Intensiver Wettbewerb drückt auf die Rentabilität

Die Möbelherstellung in Deutschland ist gewöhnlich mit viel höheren Kosten verbunden als eine Produktion im Ausland. Mit der internationalen Konkurrenz, die insbesondere in Südosteuropa und Asien fertigt, mitzuhalten, ist unter Preisgesichtspunkten in den meisten Fällen nicht möglich. Als Strategie bleibt vor allem, sich konsequent auf Nischen, hohe Qualität und das Label „Made in Germany“ zu fokussieren. Gleichwohl ist die Rentabilität im Wirtschaftszweig zuletzt deutlich zurückgegangen und dürfte diesen Weg angesichts der gestiegenen Materialkosten weiter fortsetzen.

Vergleichsweise schlechte Stimmung

Zwischen Juli 2022 und Juli 2023 hat sich die Stimmung im untersuchten Wirtschaftszweig deutlich eingetrübt. Der Anteil der Unternehmen, die ein Jahr zuvor die eigene wirtschaftliche Situation als positiv eingeschätzt hatten, lag bei gut 37%, aktuell wurden nur noch 12,5% ermittelt. Gleichzeitig schnellte die Quote derer, die eine negative Bewertung vornahmen, von 14 auf 44% hoch. Immerhin beurteilten die Unternehmen die kommenden sechs Monate etwas positiver.

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	5
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	5
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	9
4	Branchenwettbewerb	13
4.1	Wettbewerbssituation	13
4.2	Bedeutende Unternehmen	16
5	Rahmenbedingungen	18
6	Trends und Perspektiven	21
	Glossar	26
	Programm der Branchenreports 2023	27
	Impressum	28

Durchblick ist einfach.
Wenn man einen
Finanzpartner hat,
der die Branche genau
kennt.

