



# Branchenbericht: Home & Interior

## Struktureller Wandel wird durch Corona beschleunigt

Branchenbericht Home & Interior: Jahrgang 2020

IFH Köln – Geschäftsbereich Market Insights

Kooperationspartner:



## Branchenbericht Home & Interior

### Liebe Leserinnen und Leser,

mit der Coronakrise offenbart sich eine Wirtschaftskrise mit erheblichen Folgen für das Konsum- und Einkaufsverhalten der Verbraucher\*innen. Auch auf den Handel mit Home & Interior-Produkten hat die Coronakrise weitreichende Auswirkungen.

Schon ohne die aktuellen Geschehnisse hat der Home & Interior-Handel mit starken strukturellen Veränderungen und schwachem Marktwachstum zu kämpfen. Einerseits dominiert das Primat der Preispolitik mit Rotstiftcharakter die Branche, andererseits bietet der Onlinehandel immer mehr Kaufimpulse. Bedingt durch die ausgeprägte Wettbewerbshärte, charakterisiert durch überproportionales Flächenwachstums, wird der theoretische Plankaufcharakter aufgeweicht und mit verkaufsbegleitenden (günstigen) Finanzierungsaktivitäten forciert. Dabei bestimmen bequeme, durchgängig onlineaffine und zunehmend nachhaltige Konsument\*innen mit hoher Anspruchshaltung zunehmend die Nachfrage.

Als extremer Katalysator dieser Entwicklung trifft nun die Coronakrise den Handel insbesondere im Home & Interior-Markt und beschleunigt die strukturellen Veränderungen. Der vorliegende Branchenbericht „Home & Interior“ zeigt die Veränderungen der vergangenen Jahre auf und hilft, die künftigen Entwicklungen besser einschätzen zu können, mit Antworten u.a. auf die Fragen „*Wie wird sich das Marktvolumen 2020 und in den nächsten Jahren entwickeln?*“, „*Welchen Anteil wird der Onlinehandel auf sich ziehen können?*“, oder „*Wie wird sich die Anzahl der stationären Touchpoints verändern?*“





## Status quo

Der Home & Interior-Markt ist stark von Anbietern mit preisattraktiven Angeboten, dem Onlinehandel und einem zunehmenden Warendruck bei hohem Sättigungsgrad geprägt.

Der (Möbel-) Fachhandel dominiert den Home & Interior-Markt, dehnt seinen Anteil an der Wertschöpfungskette aus, drängt dabei aber andere Spezialisten zurück.

Internet-Pure-Player & Versender wachsen wie gewohnt überproportional auf (noch) moderatem Niveau. Online ist aber nicht solitär dem Distanzhandel vorbehalten. Die Marktführer mit stationärer DNA stellen sich der Herausforderung.

Im Split kleine/mittlere vs. große Anbieter zeigt sich Gegenläufigkeit: Die Filialanzahl wächst, der kleinbetriebliche Fachhandel schrumpft. Die Zurückdrängung von Klein durch Groß nimmt rasant Fahrt auf, per Saldo stehen moderate -4 Prozent zu Buche.

Marktplatzumsätze von Amazon und anderen Marktplätzen sind Treiber des Onlinehandels. Immer mehr Einzelhändler in Deutschland verkaufen Ware über Marktplätze. Die Bedeutung von Home & Interior auf Amazon ist allerdings vergleichsweise gering.



## Home & Interior: Corona

Der stationäre Home & Interior-Fachhandel war vom Shutdown besonders betroffen, mit Umsatzverlusten, welche ohne ausreichende Onlinepräsenz nicht wieder aufgeholt werden können. Auch im Onlinehandel wurden Home & Interior-Artikel zunächst kaum nachgefragt.

Nach dem Restart entspannt sich die Lage erst langsam, dann zunehmend. Die Corona-Krise führt im Home & Interior-Markt zu Umschichtungen Richtung online. Im Juni nähert sich die Frequenz in den deutschen Innenstädten wieder der Normalität.

Die Kaufanlässe sind nach dem Neustart eher auf die Suche nach bestimmten Produkten fokussiert. Stöbern und Inspiration sind nachrangig. Die Maskenpflicht in Geschäften trübt das Einkaufserlebnis.

Je nachdem, wie schnell sich Wirtschaft und Konsum wieder erholen, fallen die Zukunftsprognosen für Home & Interior-Markt und Fachhandel unterschiedlich aus. Dies ist auch abhängig von der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, der Wirkung konjunktureller Maßnahmen und dem Infektionsrisiko.

Der Abstand zwischen unterer/oberer Prognose-Variante hat sich im Jahresverlauf 2020 erheblich verkürzt: Der (mögliche) Umsatzausfall pendelt zwischen 1,0 Mrd. und 3,2 Mrd. Euro.

Kanalverschiebungen zum Onlineanteil werden voraussichtlich (deutlich) zunehmen, wovon vor allem Marktplätze profitieren dürften. Der Onlineanteil bei H&I steigt ab 2020 erheblich und tendiert in Richtung 25 bis 26 Prozent Marktanteil: aber inklusive online gut aufgestellter Wettbewerber mit stationärer DNA.

Bei der Zahl der Verkaufsstellen muss in den kommenden Jahren mit einem Rückgang zwischen einem und fünf Prozent gerechnet werden, fällt also im Gegensatz zu anderen Konsumgütermarktverhältnissen vergleichsweise moderat aus.

**1** Handelslandschaft Deutschland – die Ausgangssituation 2019

**2** Einordnung Home & Interior im Branchenumfeld

**3** Marktsituation in der Retrospektive: Home & Interior-Markt bleibt stabil, aber ohne nachhaltige Umsatzdynamik

**4** Vertriebswege: Stationär goes online. Fachhandel nimmt die Onlineherausforderung an

**5** Onlinehandel: Marktplätze sorgen für starke Dynamik

**6** Corona-Krise im (Home & Interior-)Handel: Einkaufsverhalten im Wandel

**7** Corona-Szenarien bis 2024: Home & Interior-Markt relativ krisenfest