

# Da braut sich was zusammen

Die Einrichtungsbranche gehört ganz klar zu den Gewinnern der Pandemie. Doch die Nachfragestimung kippt. Inflation, instabile Lieferketten oder steigende Zinsen umreißen nur einige der dunklen Wolken, die aktuell aufziehen. Es gilt nun, zarte Pflänzchen wie den Cocooning-Trend, das Thema Nachhaltigkeit oder Vorteile aus der Digitalisierung zu hegen und zu pflegen, und sich auf stürmischere Zeiten vorzubereiten. Wie besteht die Möbelbranche den neuen Stresstest? Für Dr. Timo Renz, Managing Partner der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner, eine Frage des robusten Geschäftsmodells und einmal mehr die Notwendigkeit, in Szenarien zu denken.

Corona-Sondereffekte enden

Preissteigerung bei den Rohstoffen setzt sich fort

Lieferketten sind weiterhin instabil

Geopolitik führt zu Inflation und zerstört Konsum

Zinssteigerung erwartbar

Neubauboom ist vorbei

Stationärer Handel ist weiter unter Druck

D2C-Strategien der Hersteller nehmen zu

Metaverse – das neue Internet

Einrichten, Garten, DIY – das waren die Gewinnerbranchen während der Coronazeit der letzten zwei Jahre. Trotz aller Herausforderungen blieben auf der Haben-seite für viele erfreuliche Gewinne übrig. Diese Sondereffekte sind nun vorbei. Zwar belegen viele Studien, dass den Menschen Wohnen und Einrichten als langfristiger Trend wichtig sind, dennoch: Im Moment braut sich da einiges zusammen. „Die Zeitenwende macht auch vor der Möbelbranche nicht halt“, sagt Dr. Timo Renz, Managing Partner der Unternehmensberatung Dr. Wieselhuber & Partner.

Die hohe Inflation von über sieben Prozent, anhaltend instabile Lieferketten sowie der schlechte Geschäftsklima-Index – ausgelöst, oder zumindest verschärft, durch den Ukraine-Krieg – bedrohen die Konjunktur. Auch im Baugewerbe, das in den letzten zehn Jahren immer für Impulse gesorgt hat und für Möbel ein wichtiger Frühindikator ist, trübt sich die Stimmung ein. Von September 2021 bis Mai 2022 haben sich die Zinsen für Immobiliendarlehen von 0,85 auf 2,59 Prozent etwa verdreifacht. Viele Bauprojekte werden bereits gestoppt oder verschoben. Der Neubauboom, der über Jahre Wirtschaftsmotor war, dürfte daher auf Sicht erst einmal vorbei sein.

Hinzu kommen weitere Veränderungstreiber wie steigende E-Commerce-Umsätze, zu erwartende Direct-to-Consumer-Strategien der Hersteller sowie das „neue Internet“ (Stichwort Metaverse). Nicht zuletzt wirkt auch das Thema Nachhaltigkeit, das zwar viele Chancen birgt, dennoch belastend auf die verschiedenen Segmente und Wertschöpfungsstufen in der Möbelbranche. „Die aktuelle Gesamtkonstellation ist sehr herausfordernd. Auf jeden Fall ein echter Stresstest für viele in der Branche“, so Renz weiter. Trotz allem dürfe man jedoch nicht nur die Risiken, sondern müsse auch die Chancen sehen. „In dieser Situation ist das Denken in möglichen Szenarien ein echter Erfolgsfaktor für ein wetterfestes Geschäftsmodell.“

RITA BREER

www.wieselhuber.de

Nachhaltigkeit triggert neue Kundenchancen

Digitalisierung zeigt positive Nutzeneffekte

Kreditvergabe boomt aktuell

Cocooning und Jahrzehnt des Wohnens geht weiter

Renovierungen nehmen zu