

## PRESSE-INFO

Neue Studie zur deutschen Büromöbelbranche erschienen

### Der interaktive Handel auf Aufholjagd

**Köln.** 2016 steigerte die deutsche Büromöbelbranche im dritten Jahr in Folge ihr Marktvolumen. Ergebnissen der Forschungsdatenbank von Marketmedia24 zufolge ist der Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr um über 3 Prozent gewachsen. Dabei erwiesen sich einmal mehr der Generationswechsel auf dem Arbeitsmarkt, das steigende Gesundheitsbewusstsein, die Digitalisierung und die Zukunftskonzepte für gewerbliche und private Büroarbeitsplätze als mächtige Marktmotoren. Allerdings können nicht alle Produktgruppen und Marktteilnehmer gleichermaßen von dem Umbruch der Branche profitieren. So verlieren Bürofachhandel und -fachmärkte als Marktführer kontinuierlich Umsatzanteile, wie die jetzt veröffentlichte Studie „Branchen-SPIEGEL Büromöbel 2017“ von Marketmedia24 zeigt.

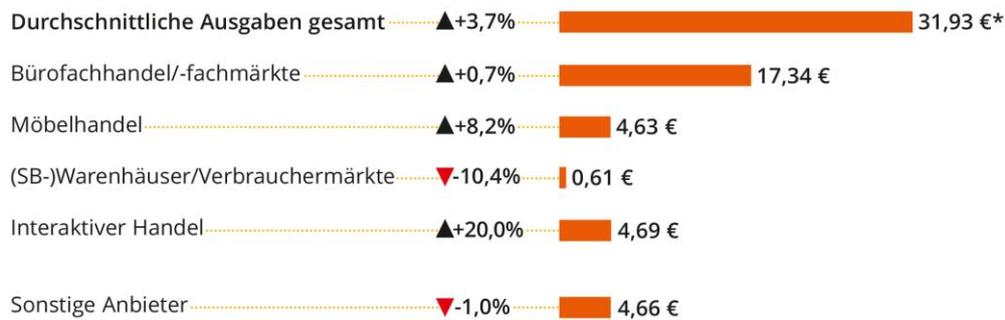
Es ist noch nicht ausgemacht, ob die grundlegende Neuordnung der Arbeitswelt mehr Büroarbeitsplätze schafft oder deren Zahl verringert. In allen von Verbänden, Messen und Konzernen beauftragten „New Work“-Studien herrscht allerdings Konsens über den Wandel der Wissensarbeit und das Entstehen flexibler vielfältiger Formen der Zusammenarbeit. Mit ein Grund dafür, dass die Vorzeichen für die Büromöbel-Jahre 2017 und 2018 gut sind. In den Kurzfristprognosen für diese Jahre weist Marketmedia24 überwiegend Wachstumswerte aus.

Schon 2016 profitierte die deutsche Industrie nach den Worten von Hendrik Hund, Vorsitzender des Industrieverbandes Büro und Arbeitswelt e.V. (IBA), unter anderem von einem zunehmenden Gesundheitsbewusstsein. Weil Bewegung zum neuen Lifestyle geworden ist, erwiesen sich neben Möbeln für Kommunikationszonen insbesondere hochwertige, ergonomische Drehstühle als Wachstumstreiber, so Hund.

Digitalisierung und mobiles Arbeiten vor allem aber der Wettbewerb um die fittesten Köpfe unter den nachwachsenden Arbeitnehmern lassen die ersten Unternehmen handeln. Konzepte für die neue Art zu arbeiten werden schon heute in den Headquarters zum Beispiel von hippen Design- und Modemarken gezogen. Auch in kleineren selbständigen und privaten Büros kommt es zum Umdenken samt Neukauf. Gerade weil die Arbeit immer stärker fragmentiert wird, wird Manches am häuslichen Computer erledigt. Entsprechend steigen die Pro-Kopf-Ausgaben für Büromöbel. 2016 gab jeder Deutsche – vom Baby bis zum Greis – durchschnittlich 31,93 Euro für die Einrichtung von Büros aus. 3,7 Prozent mehr als noch 2012. „In zwei Jahren wird diese Konsumausgabe auf über 33 Euro gestiegen sein“, so die aktuelle Einschätzung von Karl Oerder, Marktforschungsleiter von Marketmedia24.

## Interaktiver Handel gewinnt

### Pro-Kopf-Ausgaben für Büromöbel im deutschen Handel im Jahr 2016



\*Basis: Gesamtbevölkerung

Das meiste Geld für Büromöbel geben die Deutschen nach wie vor in Bürofachgeschäften aus. Aber der Wettbewerb rückt näher. So hat beispielsweise der interaktive Handel seinen Büromöbelumsatz seit 2012 um über 20 Prozent gesteigert. Bis 2018 werden es sogar über 30 Prozent sein.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Dabei werden immer mehr Verbraucher ihre Büromöbelwünsche im interaktiven Handel erfüllen, denn seit 2016 rangiert dieser Vertriebsweg hinter Bürofachhandel und -fachmärkten auf dem zweiten Platz in der Distributionsstatistik. Damit haben Versender und Internet seit 2012 ein Umsatzplus von über 21 Prozent generiert. Bis 2018 wird sich dieses Umsatzplus auf über 30 Prozent steigern. Aber nicht nur dieser Vertriebsweg zählt zu den Gewinnern. Der Möbelhandel profitiert ebenfalls vom veränderten Stellenwert der Büroeinrichtung, steigert seinen diesbezüglichen Marktanteil und Umsatz kontinuierlich.

Der neue „Branchen-SPIEGEL Büromöbel 2017“ liefert Ihnen belastbare Fakten und Zahlen. Die Studie ist zum Preis von 295,00 Euro zzgl. MwSt. per E-Mail zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de). Darüber hinaus steht sie zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.522 Zeichen inkl. Leerzeichen | 457 Wörter

#### **Ihr Kontakt**

Sonja Koschel  
Telefon +49(0)2236 3316931  
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

---



Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie.

Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.