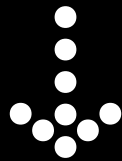


kreuzerfischerpartner

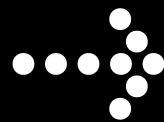
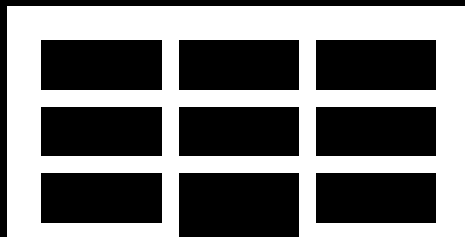
## **Entwicklung, Chancen und Risiken in der Großfläche**



**umsatz**  
**€ 4,3 Mrd. stationärer möbele Einzelhandel** [inkl. mwst.]



**70%**



<b>Lutz-Gruppe</b>	<b>42%</b>
<b>Kika/Leiner</b>	<b>32%</b>
<b>IKEA</b>	<b>21%</b>

**95%**

## image der möbel-großfläche

### hersteller

- hohe einkaufsmacht
- wenig sinn für qualität
- wettbewerb über den preis
- wenig kundenberatung
- + hohes abnahmevolumen
- machen märkte

### sympathie



### konsumenten



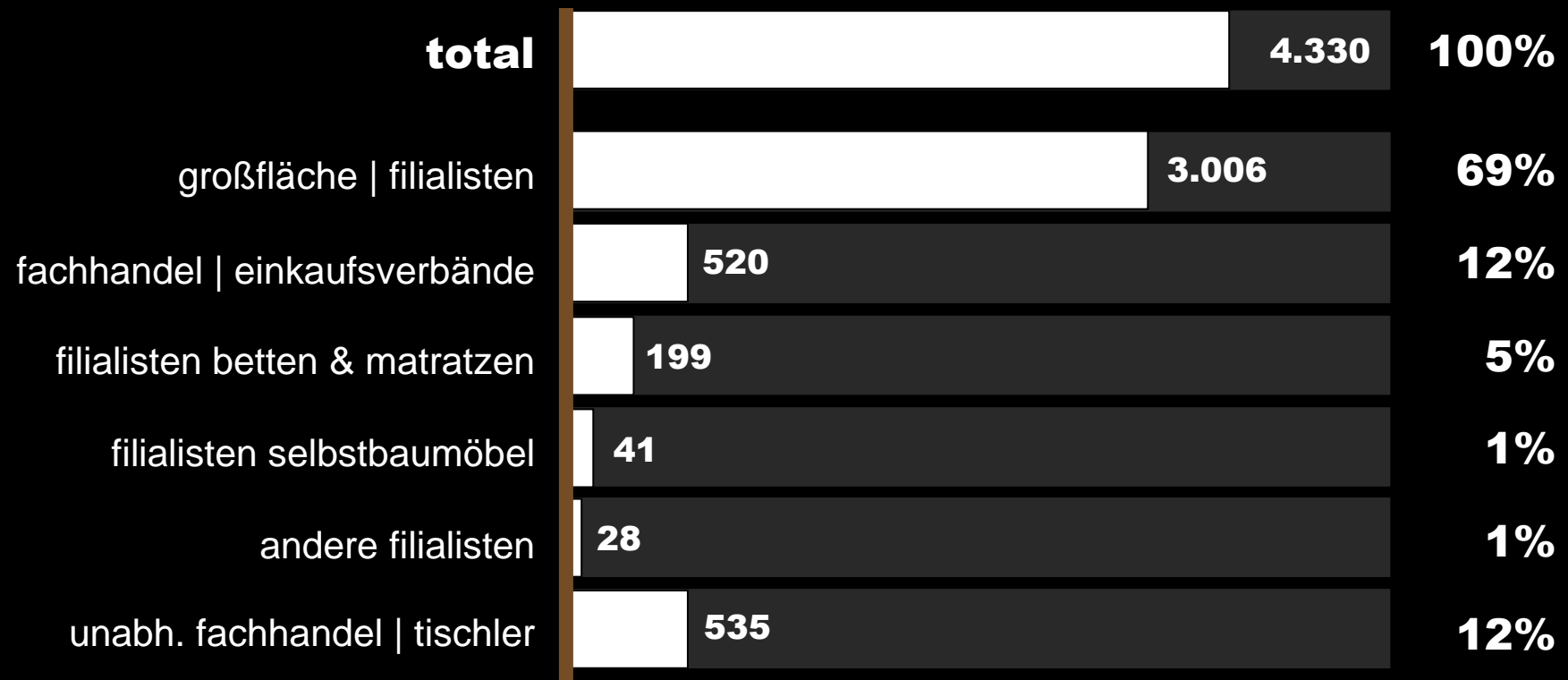
- große auswahl
- tolle angebote
- gut erreichbar



## struktur des österreichischen möbeleinzelhandels



handelsumsatz in mio. euro inkl. mwst | marktanteile in %



## handelskonzentration möbele Einzelhandel 2013

### deutschland

in Mio. Euro	Umsatz	%
<b>Total</b>	<b>31.350</b>	<b>100,0</b>
<b>IKEA</b>	<b>3.880</b>	<b>12,4</b>
<b>Höffner</b>	<b>1.980</b>	<b>6,3</b>
<b>XXL-Lutz-Gruppe</b>	<b>1.600</b>	<b>5,1</b>
<b>Tessner-Gruppe</b>	<b>1.270</b>	<b>4,1</b>

### österreich

	Umsatz	%
<b>Total</b>	<b>4.330</b>	<b>100,0</b>
<b>Lutz-Gruppe</b>	<b>1.250</b>	<b>28,9</b>
<b>Kika/Leiner</b>	<b>970</b>	<b>22,4</b>
<b>IKEA</b>	<b>640</b>	<b>14,8</b>
<b>Ludwig</b>	<b>57</b>	<b>1,3</b>

<b>Top 10</b>	<b>14.200</b>	<b>45,3</b>
<b>Top 30</b>	<b>18.100</b>	<b>57,7</b>

<b>Top 5</b>	<b>2.947</b>	<b>68,1</b>
--------------	--------------	-------------

# XXXLutz & Kika/Leiner-standorte



# struktur des österreichischen möbeleinzelhandels

durchschnittliche verkaufsfläche pro outlet in m<sup>2</sup>

großfläche | filialisten

**10.600m<sup>2</sup>**

**610m<sup>2</sup>**

fachhandel | einkaufsverbände

Garant **1.100m<sup>2</sup>**

**350m<sup>2</sup>**

Europa  
Möbel


VME **4.400m<sup>2</sup>**

**580m<sup>2</sup>**

filialisten betten & matratten

## struktur des österreichischen möbeleinzelhandels

durchschnittliche anzahl an ausgestellten modellen pro outlet

produktgruppe		großfläche		fachhandel	
küchen		<b>42</b>	[27 - 59]	<b>8</b>	[4 - 16]
badezimmermöbel		<b>52</b>	[41 - 68]	<b>5</b>	[0 - 14]
schränkwände		<b>47</b>	[24 - 62]	<b>5</b>	[3 - 7]
sofas   garnituren		<b>89</b>	[48 - 250]	<b>6</b>	[3 - 14]
betten		<b>69</b>	[42 - 104]	<b>4</b>	[3 - 8]
matratzen		<b>41</b>	[27 - 58]	<b>4</b>	[3 - 8]



# markenübersicht

großfläche

## küchenmöbel

Produktgruppe	XXXLutz	Kika/Leiner
Industriemarken	DAN	DAN
	EWE	EWE
	Alno	Rauchenzauner
	next 125 (Schüller)	Nolte
	Nolte	Vonderstedt (Nobilia)
Handelsmarken	Fakta (Begros/n.n.)	Blogg (Nobilia/Rauchenzauner)
	Habemat (Begros/n.n.)	TRAUM (FM-Küchen)
	Mondo (Begros/Nolte)	
	C'elina (Lutz/Nobilia)	
	Novel (Lutz/Schüller)	
	Xora (Lutz/n.n.)	

# markenübersicht

großfläche

polstermöbel

Produktgruppe	XXXLutz	Kika/Leiner
Industriemarken	ADA	ADA
	Joka	Alina (ADA)
	Sedda	Joka
	Bretz	Sedda
	Dsign (Nolte)	Bretz
	Ewald Schillig	Comfort Plan
	Himolla	Cotta
	Hukla	Ewald Schillig
	Joop Living	Henders & Hazel (exkl. HABUFA)
	Machalke	Himolla
	Natuzzi	Koinor
	Seneca by Koinor	Machalke
	W. Schillig	Mobitec
		Musterring
		Nehl
		Poco (Steinhoff)
		Stressless (exklusiv)
	W. Schillig (exkl. black label)	
Handelsmarken	Boxxx (Lutz/n.n.)	Coraggio forma (n.n.)
	Cantus (Lutz/n.n.)	<b>Die grüne Linie (ADA)</b>
	Carry Home (Lutz/n.n.)	Kika/Leiner Kollektion (n.n.)
	C'elina (Lutz/n.n.)	The Lodge (n.n.)
	<b>Dieter Knoll (Lutz/ADA)</b>	
	Landscape (Lutz/n.n.)	
	Novel (Lutz/n.n.)	
	Puro (Begros)	
	Variano (Lutz/n.n.)	
	<b>Venda (Lutz/ADA)</b>	
	Vito (Begros/ADA)	
	Xora (Lutz/n.n.)	

ADA-Gruppe

DAN

Team 7

EWE/FM

Voglauer

Optimo

Sedda

Sembella

Anrei

Joka

Prenneis

Elastica

Rauchenzauner

Elky

Glafo

15

**gelistete anbieter bei XXX-Lutz | Kika/Leiner**



**das geschäft mit der großfläche**

# **risiken**

...❖ **auslistung und deren folgen**

# **chancen**

...❖ **wachstumstreiber**

...❖ **umsetzung von skaleneffekten**

...❖ **präsenz der marke**

...❖ **internationalisierung durch „follow your customer“**



herausforderungen der österreichischen möbelindustrie

**internationalisierung?**

**distribution?**

**online-verkauf?**

**produktion?**

**markenpolitik?**



**herausforderungen der österreichischen möbelindustrie**

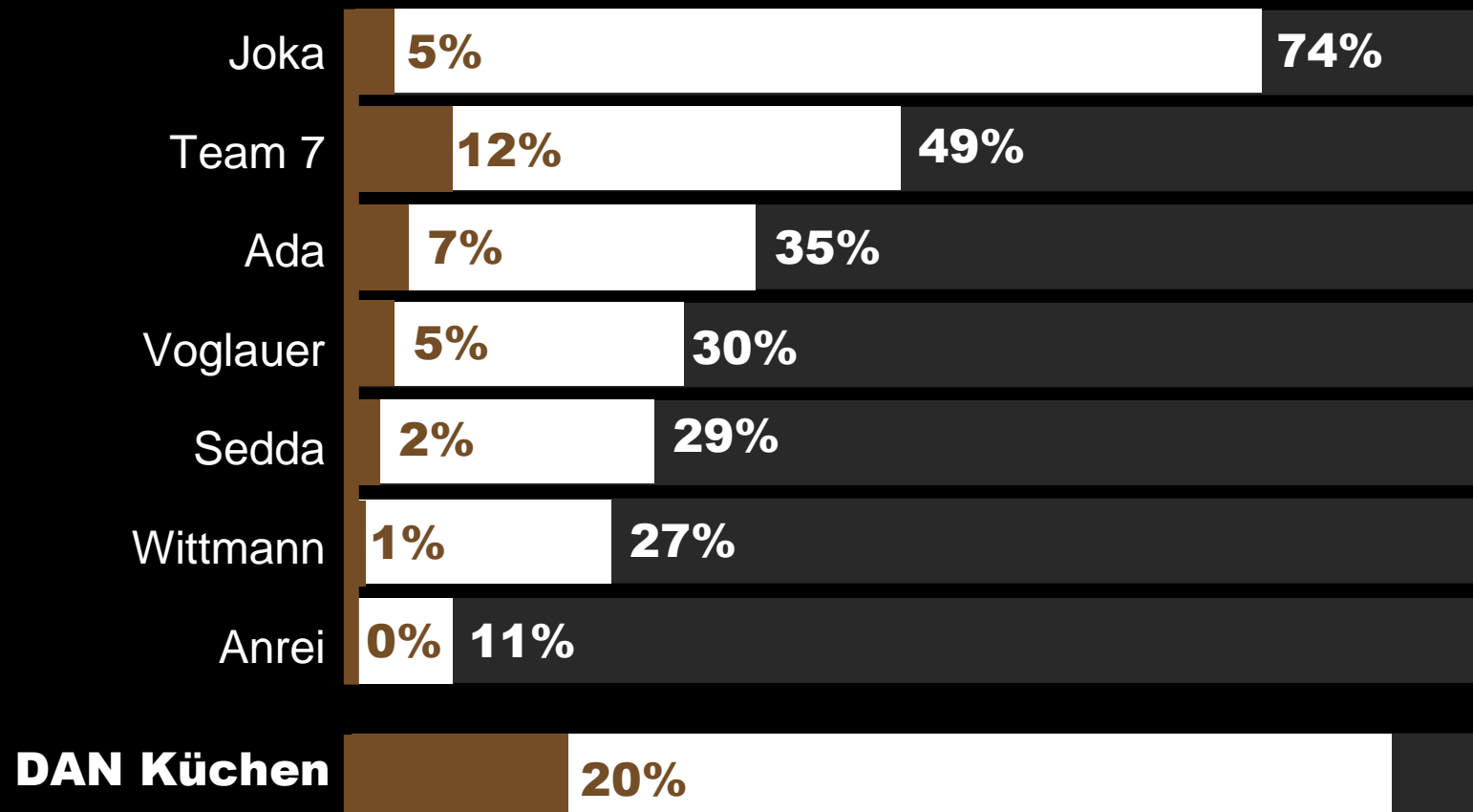
# **markenpolitik**

...❖ **bekanntheit**

...❖ **image**

## bekanntheit österreichischer möbelmarken

gestützt | spontan





## herausforderungen der österreichischen möbelindustrie

# distribution

- ...❖ **wettbewerb über distribution und ausstellungsfläche**
- ...❖ **vergleichsweise kleine verkaufsflächen im fachhandel**
- ...❖ **wenig markenkonzentration sowohl in einkaufsverbänden als auch im einzelhandel**
- ...❖ **hohe vertriebskosten im fachhandel**
- ...❖ **industrieprodukte stehen im wettbewerb mit eigenfertigung des fachhandels (oftmals tischler)**





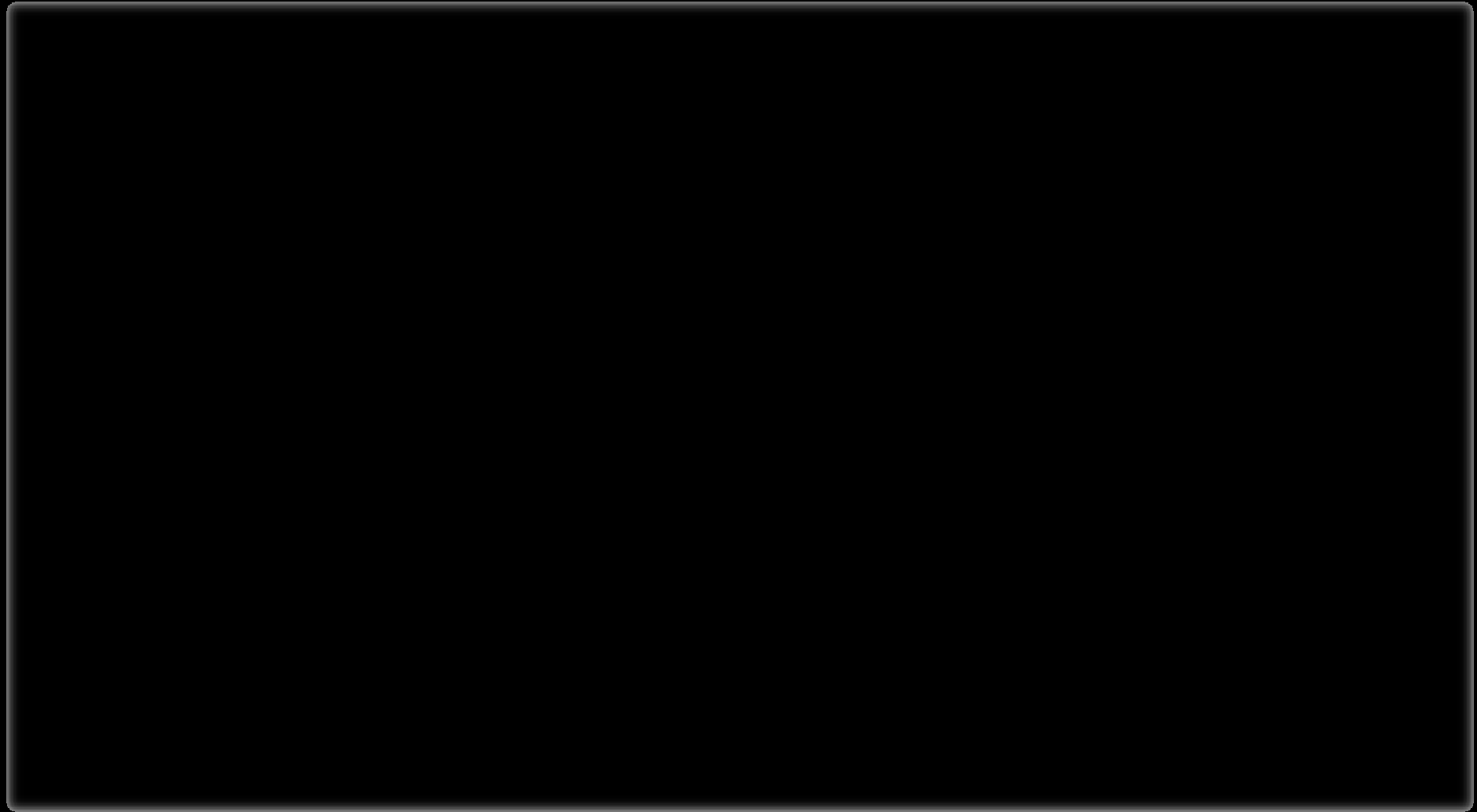
**herausforderungen der österreichischen möbelindustrie**

# **produktion**

**...❖ komplex produkte deren nachbau sich bei losgröße 1  
nicht rechnet**

**...❖ produktion 4.0. verbindung von serienfertigung mit  
handwerklicher flexibilität**

**tipping point...**



**...oder wie sich innovationen verbreiten**



**herausforderungen der österreichischen möbelindustrie**

# **internationalisierung**

**... alternative zur großfläche, aber um nichts einfacher**

- 1. generalvertrieb: fehlen von „herrschaftswissen“ | „spannenräuber“ | langfristige unabhängigkeit nur bei markenaufbau möglich**
- 2. eigenvertrieb: teuer, da kosten- und zeitaufwendig**



**herausforderungen der österreichischen möbelindustrie**

**distanzhandel**





KREUTZER FISCHER & PARTNER Consulting GmbH  
1070 Wien, Wimberggasse 14-16  
FN 128712h Wien  
Tel.: +43 1 470 65 10-0, Fax: DW 15  
office@kfp.at, www.kfp.at