

# **„Furniture is a Service“: Umsatz der Schweizer Büromöbelbranche 2017**

Rückläufige Gesamtumsätze bei Schweizer Herstellern und Fachhändlern

## **Umsatzrückgänge von 5%**

Verstärkte Preiskämpfe, die Digitalisierung des Arbeitsplatzes und ein steigender Beratungsaufwand: Themen, die bereits 2016 die Schweizer Büromöbelbranche beschäftigten, haben im letzten Jahr ferner an Bedeutung gewonnen. Und werden es weiterhin, so der einstimmige Tenor der Fabrikanten, Importeure und Händler. Grossprojekte wurden 2017 von einigen Herstellern durch einen zunehmenden Preiskampf abgewickelt, was die Innovationskraft und den Optimierungswillen der KMUs stark herausforderte. So gelang es nur wenigen Herstellern die Umsatzergebnisse des vorangegangenen Jahres zu halten. Die Stagnierung des volatilen Schweizer Marktes und der erhöhte Preiskampf führten zu Umsatzrückgängen von insgesamt 5%.

Während die Franken-Freigabe vor drei Jahren für erhebliche Verunsicherung in der Branche gesorgt hat, konnten die Schweizer Fabrikate wieder leicht an Boden gewinnen, während ausländische Importe etwas an Marktvolumen verloren haben. Trotz der leichten Rückgänge ein starkes Zeichen für das Vertrauen der Kunden in Schweizer Qualitätsprodukte.

## **Das Büro wird zur Begegnungszone**

Vor allem klassische Stauraummöbel wie Korpusse und Schränke sind wieder etwas mehr zurückgegangen. Anbieter von Bürostühlen konnten jedoch mit nur sehr leichten Umsatzrückgängen nahezu an die Zahlen des letzten Jahres anknüpfen. Gefragt sind weiterhin flexible, smarte und designbetonte Lösungen, die das „Activity Based Working“ unterstützen und zum „Wellbeing“ in der Begegnungszone Büro beitragen. Ein Trend, der sich längst auch jenseits der kreativen Wirtschaftszentren in der Schweiz durchsetzt und auf den die hiesigen Unternehmen mit innovativen und bedarfsorientierten Lösungen reagieren.

Doch nicht nur das Produktsortiment bedarf angesichts des nonterritorialen Arbeitens eines Umdenkens. Der Wandel zu zonenbasierten ganzheitlichen Bürolösungen stellt weiterhin gewachsene Ansprüche an einen erhöhten Beratungsaufwand. Hierauf müssen Hersteller wie Fachhändler mit individuell auf einzelne Kundensegmente zugeschnittenen und vollumfänglichen Beratungs- und Serviceleistungen antworten.

## **Fachhandel unter Druck**

Und hier – so sind sich die Schweizer Fachhändler einig – liegt die einzige verbliebende Möglichkeit des Schweizer Fachhandels der Bereinigung des eigenen Marktes zu entgehen. Während in den grenznahen Kantonen der Druck durch ausländische Unternehmen noch stark ist, beginnen die hiesigen starken Marken direkt beim Kunden zu operieren. Die Pflege

persönlicher Kontakte, Netzwerke und neue Dienstleistungsangebote sind notwendiger denn je, um ausländischen wie direkt agierenden Schweizer Herstellern langfristig die Stirn bieten zu können.

### **2018: Agilität & Service sind gefragt**

Es ist an den Schweizer Herstellern und Importeuren, in Zukunft mit flexiblen Produktlösungen, schnell agierendem Serviceangebot und smarten Entwicklungsmethoden die bestehenden Marktanteile zu verteidigen. Kreative und kundensegmentierte Dienstleistungspakete von Büroplanung bis hin zu Kostenflexibilisierung, gilt es anzubieten und auch zu verkaufen, um die Tür für die grossen Chancen der Digitalisierung offen zu halten. Das Credo, um den Herausforderungen der Schweizer Büromöbelbranche in 2018 zu begegnen, bleibt ganz klar: „Furniture is a Service“.