

Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM)

Axel Schramm, Präsident des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie, erklärt zur Eröffnung der imm cologne 2018 am 15. Januar 2018:

Möbel Made in Germany haben einen exzellenten Ruf

Möbelkäufer in Deutschland setzen auf bewährte Qualität

Im Dezember 2017 hat das renommierte Marktforschungsinstitut Kantar TNS eine repräsentative Studie im Auftrag des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie durchgeführt. Die Studie untersucht die Einstellung der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 14 Jahre zum Thema Möbelkauf.

Als wichtigstes Kriterium beim Möbelkauf nennen 75,4 % der Befragten Qualität. Zweitwichtiges Kriterium ist für 64,3 % das Design von Möbeln. Danach folgt mit 50,5 % der Preis, für 44,1 % der Bevölkerung ist eine umweltverträgliche Produktion sehr wichtig. Mit 31,7 % wird an fünfter Stelle die Herkunft des Möbelstücks angegeben. Am wenigsten wichtig ist das Kriterium Neuartigkeit/Innovation, welches nur 20,9 % der Bevölkerung für sehr wichtig erachten.

Somit setzt die Bevölkerung in Deutschland mit Abstand auf eher bewährte Qualität und gutes Design beim Möbelkauf. Für die Hälfte der Bevölkerung ist der Preis entscheidend, denn Möbelkauf ist kein Bagatellkauf, sondern in der Regel mit einer eher hohen Investition verbunden. Auffällig ist der hohe Stellenwert einer umweltverträglichen Produktion, der auf eine bemerkenswerte ökologische Verantwortung der Menschen hindeutet. Für jeden dritten Bürger spielt die Herkunft des Möbels eine wichtige Rolle. Schlusslicht der Kriterien beim Möbelkauf ist überraschenderweise Neuartigkeit und Innovation. Für nur ein Fünftel aller Befragten ist Innovation wichtig und zeigt ein eher an Altbewährtem orientiertes Deutschland.

Neben den Kaufkriterien allgemein wurden die Menschen speziell nach Möbeln Made in Germany gefragt. Hier zeigt sich, dass Made in Germany bei den Befragten einen exzellenten Ruf hat: vier von fünf Befragten (80,2 %) verbinden diese Herkunftsbezeichnung mit hoher Qualität, gut die Hälfte erwartet ein gutes Preis-/ Leistungsverhältnis und umweltfreundliche Produktionsbedingungen. Für knapp die Hälfte der Bevölkerung steht das Möbel Made in Germany darüber hinaus auch für modernes Design.

Bei der Frage nach der tatsächlichen Zahlungsbereitschaft für Möbel Made in Germany scheiden sich dann allerdings die Geister. Immerhin gut die Hälfte der Befragten wäre nach eigener Angabe bereit, allein für Made in Germany zumindest einen moderaten Aufpreis zu bezahlen, während dieser Herkunftsnachweis für ein gutes Drittel bei der Auswahlentscheidung zwischen ansonsten vergleichbaren Produkten heute überhaupt keine Rolle spielt.

Für uns als deutsche Möbelindustrie ist die repräsentative Studie ein Beleg dafür, dass Möbel Made in Germany ein viel höheres Vermarktungspotential gegenüber dem Endkunden haben, als wir es gemeinsam mit dem Handel derzeit ausschöpfen. Da eine Grundsensibilität für hochwertige Möbel aus heimischer Produktion über alle Altersklassen hinweg gegeben ist, sollten Handel und Industrie partnerschaftlich an neuen Konzepten arbeiten, um das enorme Absatzpotential, das im Qualitätsversprechen Made in Germany liegt, künftig stärker auszuschöpfen. Dies wäre ein wichtiger Baustein zur Zukunftssicherung der deutschen Möbelindustrie.