

Ursula Geismann, Pressesprecherin und Trendanalystin des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie e.V., anlässlich der Pressekonferenz zur **imm** cologne 2018, am 10. Januar 2018 in Köln

Das Zuhause wird behütet, gestaltet und geliebt Digitalisierung findet im Kerzenschein statt Naturverbundene Möbel kommen

Zuversichtliche Stimmung in der Möbelindustrie

Das Jahr 2017 war ein stabiles Jahr für die deutsche Möbelindustrie. Die Inlandsnachfrage gab infolge der Abkühlung der Baukonjunktur und der sinkenden Zahl der Baugenehmigungen nach. Die Auslandsumsätze der deutschen Möbelhersteller konnten dagegen zulegen, wenngleich sich die Nachfrage nach Möbeln „Made in Germany“ je nach Zielmarkt sehr unterschiedlich entwickelte. Bei Möbeln „Made in Germany“ punkten gutes Design, hohe Qualität, eine nie dagewesene Variantenvielfalt und nicht zuletzt die Liefertreue unserer deutschen Hersteller.

Ein Blick auf die Zahlen zeigt, dass 35 Prozent der in Deutschland verkauften Möbel aus deutscher Produktion stammen. Deutschland hat 5 Prozent Anteil an der weltweiten Möbelproduktion und ist damit nach China, den USA und Italien an vierter Stelle. Eine beachtliche Position, die es zu verteidigen gilt. Einmal als Produktionsstandort für Möbel, dann aber auch für die Garantie der oben aufgezählten Faktoren.

Die deutsche Möbelindustrie blickt optimistisch in die Zukunft. Weltweite Handelsströme nehmen weiter zu und das deutsche Möbel mit seinem guten Image wird seinen Stellenwert

ausbauen können. Dieser Ausbau wird nicht nur im hochwertigen Preisbereich stattfinden. Wir können mit unseren Angeboten längst in der Mitte des Marktes mithalten. Unser Partner, der Möbelhandel, wird durch attraktive Inszenierungen die Lust am Einkauf weiter anspornen und findet dabei viel Unterstützung bei den Ausstellern der imm cologne, die starke Gesamtkonzepte präsentieren. Derzeit gibt es in Deutschland 41 Millionen Haushalte. Tendenz weiter steigend - denn es gibt immer mehr Single- und Zweipersonen-Haushalte, die sich auch alle einrichten wollen und müssen.

Die Megatrends und das Wohnen

Beim Wohnen nimmt die Sichtbarkeit der Megatrends weiter zu. Seien es Globalisierung, Urbanisierung, Digitalisierung, Individualisierung oder Neo-Ökologie: Die deutschen wie internationalen Hersteller sind nah am Puls der Zeit und bieten immer mehr Wahlmöglichkeiten im Möbel- und Einrichtungsangebot. Kundenbedürfnisse lassen sich nämlich nicht mehr alleine an soziodemografischen Merkmalen und Zielgruppen ablesen. Dazu sind heute die Lebensstile der Menschen zu unterschiedlich. Dieses „Mehr an Wahlmöglichkeiten“ wird durch die Megatrends in seinen Richtungen stimuliert. Megatrends sind also Impulsgeber und zeigen gleichzeitig Richtungen auf.

Aus der Megatrendforschung und der im Vorfeld der imm cologne 2018 durchgeführten VDM-Ausstellerbefragung lassen sich folgende wichtige Trends und Tendenzen im Möbel- und Einrichtungsangebot der neuen Saison 2018 ableiten:

Der Megatrend der **Individualisierung** ist im Möbelbereich in mindestens zwei Ebenen noch einmal stärker geworden: Typenpläne strotzen vor Vielfalt und für den ersten Angebotsüberblick ist das Internet gesetzt. Hier bieten viele

Portale individuelle Beratung an oder ermöglichen per „virtual Reality“ die individuelle Einrichtung der eigenen Wohnung.

Der Megatrend der **Digitalisierung** hat ebenfalls zwei deutliche Folgen beim Wohnen: Bei den Produkten selbst wird das Thema „**Smart Home**“ immer wichtiger. Hier werden bei vielen Haushaltsgeräten, Fenstern und Türen, bei der Weißen Ware, der Heizungssteuerung etc. Anwendungsfunktionen angeboten, die vor allem den Komfort und die Bequemlichkeit im Alltag erhöhen. Die zweite Dimension hat weitreichende Auswirkungen auf unser Gemüt: Wer ehrlich ist, gibt seine medialen Strapazen zu. Schon eine Minute nach dem Aufwachen haben die allermeisten Menschen ihr Smartphone in der Hand. Direkt beginnt damit oder auch mit dem Fernseher oder Radio die Reizüberflutung, die Dauerablenkung und multiple Sehnsüchte erwachen. Vor lauter Möglichkeiten (Wetter, Börse, Eilmeldungen, Emails, Rezepte, Musik...) verlieren wir uns. Wenn dann noch der Hinterkopf erwacht und mit ihm Begriffe wie digitale Transformation, Chatbots, Bitcoins, Blockchain, Dash Bottoms ... ist plötzlich Bodenhaftung gewünscht. Bewährtes kehrt zurück. Schallplatten, Oldtimer und Filterkaffee haben Hochkonjunktur und beim Wohnen sind es Modelle aus einer vermeintlich guten alten Zeit. Vintage-Look, Retro, Boho-Stil, Mid-Century-Design.

Es ist in unserer schnelllebigen Zeit nicht verwunderlich, dass viele Menschen in den Industrienationen gerade solche Möbel lieben. In der virtuellen Wirklichkeit will man Echtes, oder vermeintlich Echtes.

... und Pantone erklärt Ultra-Violett als die Farbe des Jahres 2018. Sie ist eine sehr alte Bekannte: Klerikale Macht, Feminismus, Extravaganz, Drama, Kreativität, „der letzte Versuch“, mystisch und spirituell, zugleich zukunfts offen und

traditionell, aber auf jeden Fall eine „Gegen“-kultur. Aus Dänemark kommt die Erscheinung „Hygge“ zu uns, das heißt als Gegenmaßnahme kehrt Gemütlichkeit auch zurück in unsere Wohnungen.

Für zwei Drittel der Deutschen muss die eigene Wohnung Gemütlichkeit ausstrahlen. Mit einer organischen Formensprache, authentischen Materialien, warmen Farben geht das für die meisten Menschen besser, als mit schlichten, kantigen und kühlen Möbelentwürfen. Dabei sind auch bunte Kombinationen aus Möbeln, Wandfarbe, Tapete, Dekorationen und Accessoires beliebt und lassen vor allem die gewünschte Individualität erkennen.

Immer wichtiger für die Gesamtatmosphäre beim Wohnen wird gutes Licht. Die inzwischen kostengünstige LED-Lichttechnik findet sich in der gläsernen Vitrine, hinterm Regal oder unterm Bett und trägt zur wohnlichen Beleuchtungsatmosphäre der Wohnung bei. Neuster Clou der Leuchten Branche: verbesserte LED-Licht-Akkus mit langer Laufzeit. Diese kabellosen und tragbaren flexiblen Lichtspender sind gerade für Kleinwohnungen super praktisch. So eine kleine Lampe geht nacheinander als Funktionsleuchte in der Küche, Leselicht am Tisch, indirekte Beleuchtung zum Plaudern ... in Goethes Zeit wurde noch die Kerze durch die Wohnung getragen, heute ist es die moderne LED-Akku-Leuchte. Apropos Kerzen, der Kerzenkonsum echter Kerzen steigt seit gut fünf Jahren merkbar an. Laut European Candle Association (eca), hat im Jahr 2016 jeder Bürger der Europäischen Union durchschnittlich 1,45 kg Kerzen (+6,2%) konsumiert, Tendenz weiter steigend. Opulente, fast barocke Kerzenständer haben Hochkonjunktur und tragen zum gemütlichen Wohnen bei. Kerzenlicht ist hochgeschätzt. Ja man könnte auch von einer Digitalisierung im Kerzenschein sprechen.

Wohn-Stil hängt eng mit dem ersehnten Lebensgefühl zusammen. Es ist in dieser Zeit daher nicht verwunderlich, dass immer mehr Menschen ihre Welt zweiteilig aufspalten. Da ist zum einen ein „privates Auenland“, wie es Stephan Grünewald vom Institut Rheingold benennt, in dem sich die Menschen geborgen und aufgehoben fühlen, und zum anderen ein äußeres „Grauenland“, eine teilweise furchterregende Welt aus Terror, Globalisierung, Lebensmittelskandalen, Brexit und unberechenbaren politischen Führern. Um das Äußere leichter auszublenden, wird das Private deshalb tendenziell idyllisch gestaltet. Das Idyll ist die Gegenwelt zur harten und digitalen Realität. Es geht um Nestbau, Geborgenheit, Sicherheit und eben Gemütlichkeit um einer im Außen oft gefühlten Anonymität zu entkommen.

Vor dem Hintergrund der **Globalisierung** wird das Zuhause der zentrale Ort für Identität. Durch die persönliche Wohnungseinrichtung wissen die Menschen, wo sie wirklich hingehören. Identität ist Selbstgestaltung, nicht nur der eigenen Persönlichkeit sondern auch der des eigenen, privaten Umfeldes. Wohnen ist alltägliche Identitätsstiftung. Viele Menschen empfinden die Welt als ein Zuviel und die eigene Wohnung als identitätsbildende Schutzzone. Das eigene Zuhause wird behütet, gestaltet und geliebt. Sicherheitstechnik und Kreativität machen sich breit und die eigene Wohnung wird zur einzigen Enklave von Zwanglosigkeit. Nach dem Motto: „Die Welt ist mir zu viel, ich bin mir genug“, ist das Zuhause Schutz, Rückzugsort und heile Welt.

Tendenziell zieht es die Bevölkerung auf unserer Welt weg vom Land, hinein in die Städte. Erstmals in der Geschichte lebt heute über die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten. Metropolen haben zwei schon längst bekannte Herausforderungen, mit denen sie zu kämpfen haben: Die

ständige Schaffung von mehr Wohnraum und die Organisation des wachsenden Verkehrsaufkommens. Beim Wohnen konkretisiert sich der Megatrend der **Urbanisierung** in vielerlei Hinsicht. Bei den Baugenehmigungszahlen lässt sich ablesen, dass weniger Einfamilienhäuser und stattdessen mehr Mehrfamilienhäuser gebaut werden. Die Diskussion um Mietpreise in den Großstädten flammt immer wieder auf und viele Menschen müssen auf kleinerem Wohnraum wohnen als sie sich wünschen. Mehr Singlehaushalte heizen den angespannten Wohnungsmarkt zusätzlich an. Der Bausektor wird sich ändern. Fort vom Eigenheim auf dem Land, hin zum grünen Mehrgeschossbau in der Stadt. Wohnungen in Megastädten werden kleiner. Entsprechend werden schon heute kleinere und multifunktionale Möbel angeboten.

Allerdings wird es wohl auch eine Gegenbewegung zur Urbanisierung geben. Zum einen steigt schon heute in den Städten die Sehnsucht nach Ruralisierung und zum anderen bieten paradoxerweise ausgerechnet die digitalen Möglichkeiten gerade in der Arbeitswelt wieder neue Lebensmodelle fernab der Großstadt. Arbeiten geht in vielen Jobs schon heute ohne stationäre Basis. Wenn der Toilettendeckel des Smart Home in Zukunft noch regelmäßig den Urin auf Krankheitsanzeichen hin untersucht, ist Prävention gegeben und ärztliche Versorgung planbar. Dörfer könnten eine Renaissance erleben, wenn Drohnen Einkäufe liefern und Elektroautos autark die Kinder in die Schule bringen.

Neo-Ökologie bildet einen ganzen Strauß voller Blüten. Zusammen mit dem Thema Gesundheit erweist sich dieser Megatrend ebenfalls als sehr durchdringend für viele unserer Lebensbereiche. Bei unseren Nahrungsmitteln, im Bekleidungsbereich, bei Verpackungen oder Reisen; überall wird auf Natürlichkeit, Echtheit und Nachhaltigkeit geachtet. Es

kann sich heute niemand mehr leisten, sich dem Thema zu entziehen. Im Bekleidungsbereich sind die weltweiten Nachhaltigkeitsbemühungen schon heute immens. Neben dem Druck der NGOs, der Medien, der Regierungen und dem sensibler werdenden Verbraucher treibt auch die „Kostenbrille“ der Hersteller das Thema Nachhaltigkeit an. Die international agierenden Zulieferer für Möbel beschäftigen sich schon länger mit dem effizienten Einsatz von Ressourcen, der Vermeidung von Energie, Wasser und Abfällen. Das verbessert gleichzeitig Marge und Ökobilanz. 2025 wird Öko bei Möbeln zum Standard werden. Naturverbundene Möbel kommen.

Beim Wohnen sind es natürliche und authentische Materialien, die die Menschen als anziehend empfinden und der Wunsch nach emotionalisierter Natur. Naturerfahrungen im eigenen Zuhause sind in zwei Themenbereichen des Wohnens einfach realisierbar: Im Garten und im **Badezimmer**. Im Garten werden Samen angebaut und Früchte geerntet und im Badezimmer ist Wasser das Naturelement. Wasser ist für die meisten Menschen Emotionsträger Nummer eins. Erst danach kommen in unseren Breiten die Elemente Erde, Luft und Feuer. Designer haben das Potential der Badezimmerinszenierung erkannt und umgesetzt. 16,7 Mio. Deutsche wollen nach einer aktuellen VDS-Studie (Vereinigung Deutsche Sanitärwirtschaft) bis 2019 Veränderungen bzw. Anschaffungen im Bad vornehmen. 6,2 Mio. davon streben eine Komplett- bzw. Teilrenovierung an. Übrigens halten sich die Menschen täglich durchschnittlich 40 Minuten im Bad auf. Frauen liegen über dem Durchschnitt, Männer darunter.

Der einstige Hygieneraum wird mit seinen durchschnittlich 9,1 m² zunehmend Wohlfühloase. Inzwischen gibt es für die unterschiedlichsten Stimmungen sogar den passenden Wasserstrahl. Fontänenartige Wasserfälle prasseln beim

Duschen auf ihre glücklichen Benutzer. Individuelle Dusch-Szenarien, gerne gekoppelt mit passendem Lichtprogramm im Raum, sind erwünscht. Am Morgen zur Aktivierung und am Abend zur Entspannung. Ganzheitliches Interior Design statt technisch wirkendem Produktdesign im Bad ist angesagt und wird sich weiter fortsetzen. Modulare Möbel statt Einbaubecken, Tapeten statt Fliesen und ein warmer Fußboden in Holz oder zumindest Holzoptik, das Badezimmer entwickelt sich zum Lieblingsraum für entspannte Stunden. Selbst das Sofa bekommt mit stoffbespannten Badewannen ein wenig Konkurrenz. Das Badezimmer wird – wie alle anderen Bereiche des Wohnens – wohnlicher, gemütlicher und behaglicher.

Formen, Stoffe, Farben, Materialien

Insgesamt werden in der kommenden Saison mehr organische Formen vor allem im Sitzmöbelbereich auf den Markt kommen. Organisches Design orientiert sich an der organischen Natur. Dynamische Rundungen und kraftvolle Wölbungen treten als auffällige Merkmale hervor. Organisches Design ist weich und grenzt sich daher deutlich von geometrischen und sachlichen Formen ab.

Bei den Bezugstoffen für Polstermöbel ist ein breites Angebot an Naturfasern zu erkennen. Cord und Samt spielen eine herausragende Rolle.

Das blaue Farbspektrum von Europablau über Hellblau, Türkis zu Petrol bleibt beliebt. Blau steht für Harmonie, wirkt seriös und hat eine beruhigend-angenehme Wirkung. Als neue Farbe kommt Olivgrün. Es steht für Natürlichkeit, Frühling, Hoffnung, Gesundheit, Jugend, Natur und Vegetation. Aber Oliv ist nicht knallig, sondern mit seinem Grauanteil eher leise und unauffällig.

Linoleum kommt zurück. Das vor allem aus Leinöl, Korkmehl und Jutegewebe bestehende und schon 1860 erfundene Material war ursprünglich als elastischer Fußbodenbelag gedacht und findet auch hier heute noch Verwendung. Die Möbelindustrie zeigt den robusten und ökologischen Werkstoff als Tischplatte, Sideboardfront oder Intarsie im Sekretär. Linoleum ist ein robustes, ökologisches und wohngesundes Material.

Massivholz wird seine Stellung noch einmal ausbauen. Die Entwürfe von Tischen, Schränken oder Sideboards sind dabei filigran und elegant und weg von der Rustikalität vergangener Zeiten. Eiche bleibt Bestseller, aber auch Nussbaum und Kirsche halten ihre Stellung. Holz wird im Frontenbereich auch gerne mit anderen natürlichen Materialien wie Glas und Metall kombiniert.

Generell werden Möbel in allen Preisklassen optisch hochwertiger. Möbel, die wie auch immer „billig“ aussehen erreichen in Zukunft keine gute Marktperformance mehr.

Mit dem „Smart Home“, der Bäder- und Lichtschau werden wir - neben allem anderen Möbel- und Einrichtungsangebot auf der imm cologne 2018 - ein Feuerwerk an Innovation und Inspirationen erleben. Indem man sich auf eine Sache leidenschaftlich einlässt, wird sie aus dem Strudel des Normalen und Gewöhnlichen befreit. Das ist bei einem guten Essen genauso wie bei einem guten Möbel auf der imm cologne. Nur, wer das tut, kann das Neue entdecken.