

Jan Kurth, Geschäftsführer des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie, erklärt anlässlich der Pressekonferenz zur imm cologne 2019, am 9. Januar 2019 in Köln:

Deutsche Möbelindustrie wird sich auch in 2019 behaupten

Nachfrage im Inland stagniert

Exportgeschäft für deutsche Hersteller immer wichtiger

Ausland schätzt Möbelqualität „Made in Germany“

In einem schwierigen Marktumfeld wird sich die deutsche Möbelindustrie auch im gerade begonnenen Jahr 2019 behaupten. Dies im Wesentlichen wegen nachfolgender Faktoren:

- Der Inlandsmarkt wird sich vor dem Hintergrund einer leicht positiven Konsumnachfrage, steigender Nettoeinkommen und robuster Baukonjunktur stabil entwickeln. Hierbei wird es den deutschen Herstellern trotz hoher Importkonkurrenz gelingen, ihre Marktanteile zu verteidigen. Dies umso mehr, wenn es im Schulterschluss mit dem Handel möglich ist, die Themen Wohnen und Einrichten „Made in Germany“ stärker in den Vordergrund zu stellen. Das ist unser erklärtes Ziel und auch deshalb haben wir im Herbst die Kampagne #zuhausesein gestartet.

- Zudem wird die Branche mit Unterstützung des Verbandes das Exportgeschäft konsequent weiterentwickeln und zusätzliche Marktanteile in definierten Zielländern erobern.
- Eine erneut erfolgreiche imm cologne / Living Kitchen setzt wichtige Impulse und schiebt das Möbeljahr nachhaltig an. Die Doppelmesse ist das mit Abstand wichtigste Branchenevent des Jahres.

Vor diesem Hintergrund gehen wir für das Jahr 2019 von zumindest stabilen bis sogar leicht wachsenden Branchenumsätzen aus. In einem verhaltenen Szenario rechnen wir mit einer Seitwärtsbewegung der Branche. Ein solch verhaltenes Szenario beinhaltet deutliche Auswirkungen eines unregelmäßigen Brexits mit Exportrückgängen der deutschen Möbelindustrie nach Großbritannien um 25 Prozent. Dies würde dazu führen, dass alle übrigen Exportzuwächse egalisiert werden. In einem positiven Szenario ist insgesamt ein Umsatzanstieg von 1,5 bis 2 Prozent dann möglich, wenn ein geregelter Brexit erfolgt und in Folge insgesamt ein solides Exportplus von um die 3 bis 5 Prozent erzielt wird.

Die deutsche Möbelindustrie blickt auf ein schwieriges Jahr 2018 zurück. Zwar verbleibt unter dem Strich statistisch eine geringfügige Umsatzsteigerung von rund einem Prozent, doch kann dies

nicht über die enormen Herausforderungen der Branche und die unterschiedlichen Entwicklungen der Teilbranchen hinwegtäuschen. Die erst im Spätherbst einsetzende leichte Belebung reichte insbesondere in den klassischen Wohnmöbelsegmenten nicht aus, die entstandene Lücke zu schließen. Einzig die Segmente Küche und Büro konnten sich von dieser Entwicklung positiv abheben.

Nach drei durchwachsenen Quartalen, was unter anderem an der langen Hitzeperiode in ganz Europa lag, startete das vierte Quartal dann mit einem Umsatzplus von 8,3 Prozent im Oktober wieder positiv. Nach zehn Monaten – also bis einschließlich Ende Oktober – weist die Branchenstatistik nun ein leicht positives Ergebnis von 1,1 Prozent mit einem Gesamtumsatz von knapp 15 Mrd. € aus. Für das Gesamtjahr 2018 bestätigen wir unsere Umsatzprognose von einem Umsatzplus von einem Prozent auf rund 18 Mrd. €.

Dieses Ergebnis setzt sich nach den Daten des Statistischen Bundesamtes für die ersten zehn Monate 2018 wie folgt zusammen:

Nach einem Umsatzrückgang von 3,8 Prozent im Vorjahr verzeichneten unsere Küchenhersteller von Januar bis Oktober einen kräftigen Umsatzanstieg von 6,2 Prozent auf 4,2 Mrd. €. Dieser Effekt ist vor allem auf die sehr gute Auslandsnachfrage mit einem Plus von 8,4 Prozent im

Vergleich zum Vorjahr sowie auf Umverteilungen im Markt zurückzuführen. Auch der Inlandsmarkt entwickelte sich mit einem Plus von 4,8 Prozent entsprechend positiv.

Das Segment der Büro-, Laden- und Objektmöbel erzielte nach amtlichen Angaben bei einem Plus von 6,5 Prozent einen Umsatz von knapp 3,5 Mrd. €. Dabei erreichten die Büromöbelhersteller eine bessere Performance als die Hersteller von Laden- und sonstigen Objektmöbeln.

Bei Matratzen schlug ein Umsatzminus von 11,5 Prozent auf knapp 640 Mio. € zu Buche. Dies liegt sicherlich auch am besonders harten Preiskampf und der starken Importkonkurrenz in diesem Segment.

Für die Polstermöbelindustrie weist die amtliche Statistik, die ausschließlich die Entwicklung an den deutschen Produktionsstandorten erfasst, einen Umsatzrückgang um 5,7 Prozent auf rund 760 Mio. € aus. Diese Negativentwicklung trifft grundsätzlich auf die deutsche Produktion zu. Unternehmen mit eigenen Produktionsstätten im Ausland sind weniger stark betroffen. Hier betrug der Rückgang des Auftragseingangs bis Ende November nach einer brancheninternen Erhebung unter den marktprägenden Unternehmen 1,7 Prozent.

Das Segment der „sonstigen Möbel“ zeigt ein

Umsatzminus von 2,6 Prozent auf knapp 6 Mrd. €. Dieses größte Teilsegment der Branche umfasst in der amtlichen Auswertung Wohn-, Ess- und Schlafzimmermöbel sowie Kleinmöbel, nicht gepolsterte Sitzmöbel und Möbelteile.

Die durchschnittliche Zahl der in Deutschland produzierenden Möbelfirmen mit mehr als 50 Beschäftigten lag in den ersten zehn Monaten bei 481 – ihre Zahl ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum leicht zurück (-2,4 Prozent). Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich dennoch um 0,7 Prozent auf 84.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Der Inlandsumsatz entwickelte sich in den ersten zehn Monaten 2018 mit einem nominalen Plus von 0,9 Prozent unterdurchschnittlich, während die direkt ins Ausland abgesetzten Umsätze um 1,6 Prozent zulegen konnte.

Die schwache Nachfrageentwicklung im Inland ist vor allem darauf zurückzuführen, dass es uns als Möbelbranche insgesamt nicht gelungen ist, gegen andere Konsumgüter zu punkten: Reisen, Caravan und E-Bikes stehen derzeit offensichtlich höher im Kurs der Verbraucher. Zudem trägt die ständige Rabattschlacht auch nicht zur Steigerung der Begehrlichkeit nach unseren Produkten bei. Dabei steht das Thema „Wohnen & Einrichten“ bei den Bundesbürgern doch eigentlich hoch im Kurs. Immerhin knapp 19 Millionen Menschen würden gerne ihre Einrichtung verändern, so un-

serer aktuellen Allensbach-Studie. Diese gilt es abzuholen und deren Wunsch nach einem Käuferlebnis müssen wir stärker erfüllen. Bislang profitiert die Möbelbranche jedoch nur unzureichend von der niedrigen Arbeitslosigkeit, den steigenden Einkommen und der grundsätzlich hohen Konsumneigung der Bundesbürger.

Die aktuelle Entwicklung der Auslandsmärkte stimmt uns dagegen wesentlich positiver. Der Export der deutschen Möbelindustrie stieg von Januar bis Oktober 2018 um 2,8 Prozent. In den ersten zehn Monaten 2018 gingen 32,6 Prozent der in Deutschland produzierten Möbel direkt ins Ausland. Höher lag die Exportquote noch nie. Um die Jahrtausendwende betrug sie noch vergleichsweise magere 16,3 Prozent – ihr kontinuierlicher Anstieg ist ein eindrucksvoller Beleg für die hohe internationale Wertschätzung für deutsche Möbel. Zudem belegt die hohe Exportquote den hohen Stellenwert des Auslandsgeschäfts als wichtige Umsatzstütze für unsere Unternehmen.

Fast alle großen außereuropäischen Märkte liegen derzeit im Plus. Allein die Möbelausfuhren nach China konnten von Januar bis Oktober 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 21,8 Prozent gesteigert werden. Auch die deutschen Möbelexporte in Richtung USA legten trotz der zunehmend protektionistischen Handelspolitik der USA um 4,2 Prozent zu. Der Absatz deutscher Möbel in Russland erhöhte sich nach längerer Schwäche-

phase 2018 das zweite Jahr in Folge. Andere wichtige Wachstumsmärkte wie Japan, Kanada und Indien wiesen ebenfalls positive Vorzeichen auf.

Auch innerhalb der EU zog die Möbelnachfrage in 2018 im Vergleich zu 2017 deutlich an. Frankreich konnte sich als wichtigster Absatzmarkt für Möbel „Made in Germany“ behaupten, die deutschen Möbelausfuhren legten um 6,1 Prozent zu. Auch andere europäische Märkte wie die Niederlande, Belgien, Polen, Tschechien, Spanien und Italien entwickelten sich positiv. Angesichts der weiterhin offenen Brexit-Fragen gilt unsere Sorge vor allem dem britischen Markt. Noch belegt dieser mit einem Volumen von rund 700 Millionen € Platz fünf im Ranking der wichtigsten Exportmärkte der deutschen Möbelindustrie. Von Januar bis Oktober 2018 brachen die deutschen Möbelexporte über den Ärmelkanal um 6 Prozent ein.

Die Importe entwickelten sich in den ersten zehn Monaten mit einem geringfügigen Minus von 0,3 Prozent auf ein Gesamtvolumen von 10,6 Mrd. € leicht negativ. Der Rückgang der Möbelimporte ist ein Beleg für die aktuelle Schwäche der Inlandsnachfrage in Deutschland. Allerdings ist die Tendenz je nach Lieferland uneinheitlich. Mit 26,3 Prozent stammen inzwischen mehr als ein Viertel aller importierten Möbel aus Polen – der Importwert stieg hier im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,4 Prozent auf knapp 2,8 Mrd. €.

Gleichzeitig gingen die Einfuhren aus China – derzeit auf Platz zwei im Ranking der wichtigsten Lieferländer – leicht um 2,3 Prozent auf 1,6 Mrd. € zurück.

Noch negativer entwickelten sich die Einfuhren aus Tschechien mit einem Minus von 3,9 Prozent auf 1,4 Mrd. €. Auch andere wichtige Lieferländer wie Ungarn, Rumänien, Österreich, die Slowakei, die Schweiz, Vietnam und Dänemark verloren Marktanteile in Deutschland. Die wichtigsten Nutznießer dieser Entwicklung waren neben Polen Portugal und Spanien.

Vor dem Hintergrund der leicht rückläufigen Möbelimporte ist die Importpenetration des deutschen Möbelmarktes in 2018 erstmals seit Jahren minimal gesunken. Nach Berechnungen des VDM lag die Quote der Möbel ausländischer Herkunft im deutschen Handel in den ersten zehn Monaten 2018 bei 64,9 Prozent gegenüber 65,3 Prozent im gleichen Vorjahreszeitraum.

Der Erfolg unserer heimischen Möbelhersteller im Export ist vor dem Hintergrund des schwächelnden Inlandsmarktes existenziell wichtig für das langfristige und nachhaltige Wachstum der deutschen Möbelindustrie.

Die imm cologne 2019 als die weltweite Leitmesse für Möbel und Einrichtung ist deshalb überaus bedeutsam für unsere Hersteller, die mit neuen

Ideen und Innovationen in die Domstadt kommen. Wir erwarten daher von der imm 2019 deutlich positive Impulse für unsere Branche.

Die besten Voraussetzungen dafür bringen unsere Hersteller mit: ihre Produkte zeichnen sich durch außergewöhnliche Qualität und hervorragendes Design aus und genießen weltweit verdient hohe Anerkennung.