

Dirk-Uwe Klaas, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie e.V., zur Pressekonferenz **imm** cologne 2014 am 25. September 2013 in Kopenhagen

## **Weltweiter Möbelhandel steigt weiter**

### **Starke Wachstumsimpulse aus China und USA**

### **Demografischer Wandel bewegt die Branche**

Der weltweite Möbelkonsum hat sich in den vergangenen zehn Jahren auf rund 309 Milliarden Euro verdoppelt. Für das Jahr 2013 wird von einer Steigerung des weltweiten Möbelkonsums um 3 bis 4 Prozent ausgegangen. Dieses Wachstum wird im Wesentlichen von Asien getragen. Während der Möbelmarkt in Westeuropa im laufenden Jahr um voraussichtlich einen Prozent schrumpfen wird, steigt der Möbelabsatz in Nordamerika um 2 Prozent, in Osteuropa um 3 Prozent, im Mittleren Osten, in Afrika und in Südamerika um 4 Prozent und in Asien um über 6 Prozent.

Die Entwicklung der weltweiten Möbelnachfrage deckt sich mit den Wirtschaftsaussichten in den wichtigsten Absatzmärkten. Die Wirtschaftsforscher rechnen damit, dass die Weltwirtschaft in diesem und im nächsten Jahr wieder an Fahrt gewinnt. Dabei übernehmen die asiatischen Schwellenländer – allen voran China mit einem BIP-Wachstum von 4,8

***Weltweiter Möbelkonsum wächst 2013 um 3 bis 4 Prozent***

***Wichtigste Wachstumsimpulse kommen aus Asien***

Prozent in 2013 und 5,2 Prozent in 2014 – die Rolle der weltweit wichtigsten Konjunkturlokomotive. Auch wenn dort die Wachstumsraten nicht mehr zweistellig sind, reicht die Dynamik, um derzeit schwächelnde Regionen auszugleichen.

Auch für die USA wird wieder ein stetiger, aber moderater Anstieg des BIP von 2,3 Prozent in diesem und 2,8 Prozent im nächsten Jahr vorausgesagt. Die krisen-geplagte Wirtschaft in der EU wird 2013 zunächst stagnieren, erste Wachstumsimpulse aus dem EU-Raum sind erst für 2014 zu erwarten.

Die Europäische Union stellt mit ihren inzwischen 28 Mitgliedsstaaten den größten Wirtschaftsraum der Welt dar. Die 507 Millionen Einwohner erwirtschafteten im vergangenen Jahr ein Bruttoinlandsprodukt von 13 Billionen Euro, was einem Rückgang um 0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Nach dem Rückgang der Wirtschaftsleistung im Vorjahr befindet sich die EU-Wirtschaft derzeit in einer leichten Rezession. Im zweiten Halbjahr wird im Zuge der erwarteten Beschleunigung des globalen Wachstums damit gerechnet, dass ein langsamer Aufschwung einsetzt. Nach der aktuellen Prognose der EU-Kommission wird das reale BIP in der EU 2013 mit minus 0,1 Prozent stagnieren und im Euroraum um 0,4 Prozent zurückgehen. Für 2014 wird

***EU nach wie vor größter  
Wirtschaftsraum der Welt***

***Wachstum in der EU erst  
2014 zu erwarten***

ein Wachstum von 1,4 Prozent in der EU und 1,2 Prozent im Euroraum prognostiziert.

Wer versorgt nun die die unterschiedlichen Wirtschaftsregionen mit neuen Möbeln?

Der weltweit größte Möbelproduzent ist und bleibt die Volksrepublik China, mit 31 Prozent Gesamtanteil. Zwar ist das chinesische Produktionsvolumen in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, jedoch zeichnet sich auch hier aufgrund der steigenden Herstellungs- und Materialkosten und der damit verbundenen Verteuerung der Produktion eine Abschwächung des Wachstums ab. Zudem sind erste Tendenzen erkennbar, dass China aufgrund der gestiegenen Produktionskosten in einigen Ländern die Einstiegspreis-Ecklagen nicht mehr komplett bedienen kann. So sanken im ersten Halbjahr die deutschen Importe chinesischer Möbel um 9,2 Prozent.

Die USA produzieren 14 Prozent aller Möbel, gefolgt von Italien mit 7 Prozent und Deutschland mit 6 Prozent Anteil an der Weltproduktion. Mit den 6 Prozent – aus dem Jahr 2012 – steht Deutschland an weltweit vierter Stelle sehr bedeutend im Ranking.

Unsere heimische Industrie musste wegen des insgesamt schwierigeren Marktumfeldes im ersten Halbjahr 2013 Umsatzrückgänge von 4 Prozent hinnehmen. Im Gesamtjahr 2012 erzielten die insgesamt 530 Betriebe mit 86.000 Beschäftigten noch ein Umsatzplus von 1,3 Prozent auf 16,8 Milliarden €. Für das Gesamtjahr 2013 erwarten wir eine Abschwächung des negativen Trends und gegen von einem Umsatzrückgang um gut 2 Prozent aus. .

Der Stellenwert des deutschen Marktes spiegelt sich auch in den hohen Pro-Kopf-Ausgaben der Konsumenten für Möbel. Deutschland ist dabei ein attraktiver und umkämpfter Markt, denn die Deutschen lieben ja das Wohnen.

Zurück zur globalen Betrachtungsweise:

Die Verschiebungen in den vergangenen Jahren, vor allem durch Chinas stark steigende Produktion und den Export chinesischer Möbel, bei den weltweiten Produktionsanteilen haben auch eine Umleitung der Warenströme mit sich gebracht. So wird wohl auch in diesem Jahr der weltweite Handel mit Möbeln um 6 Prozent auf rund 96 Milliarden Euro zulegen. Haupteinkäufer weltweit sind die USA. Deutschland folgt als weltweit zweitwichtigster Möbeleinkäufer, gefolgt von Frankreich, Großbritannien und Ka-

***Pro-Kopf-Ausgaben für Möbel:***

***Deutschland 390 €***

***Österreich 360 €***

***Italien 202 €***

***Frankreich 204 €***

***USA 210 €***

***Russland 70 €***

***China 20 €***

***Indien 5 €***

nada. Wegen der steigenden Einkommen der Bevölkerung und eines insgesamt positiven Ausgabeverhaltens nimmt auch der asiatische Markt als Absatzregion weiter an Bedeutung zu. Hiervon profitieren neben den heimischen Herstellern zunehmend auch Deutschland und Italien mit hochwertigen Markenmöbeln.

Aus Sicht der deutschen Möbelindustrie ist Asien tatsächlich ein immer wichtiger werdender Markt, in den wir im ersten Halbjahr 2013 deutlich mehr Möbel verkaufen konnten (+ 20 Prozent). Ebenfalls positiv läuft für uns das Auslandsgeschäft in die USA (+ 25,8 Prozent). Ansonsten gestaltet sich das Auslandsgeschäft für die deutschen Hersteller derzeit schwierig: Im 1. Halbjahr sank der Export insgesamt um 4,8 Prozent auf 4,5 Mrd. €. Schmerzliche Rückgänge von 10,2 Prozent verzeichnete insbesondere der Absatz in die EU-Länder.

Dies ist natürlich nur ein kleiner Ausschnitt der globalen Möbelwelt. Denn schauen wir auf das weltweite Handelsvolumen unserer Branche – es hat sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt – können wir optimistisch sein. Wir erwarten eine ausgezeichnete

**imm** cologne 2014. Wer in der globalisierten Welt als Hersteller Geschäfte mit Möbeln und Einrichtung machen will, ist

### **Marktanteil deutscher Möbel**

**in:**

<b>Luxemburg</b>	<b>68 %</b>
<b>Österreich</b>	<b>59 %</b>
<b>Belgien</b>	<b>22 %</b>
<b>Niederlande</b>	<b>20 %</b>
<b>Frankreich</b>	<b>13 %</b>
<b>Spanien</b>	<b>6 %</b>
<b>Großbritannien</b>	<b>5 %</b>
<b>Italien</b>	<b>3 %</b>

2014 in Köln. Köln ist die internationale Möbel- und Einrichtungsplattform. Daher wird auch ein Anstieg auf Besucherseite mit internationalen Händlern erwartet.

Die **imm** cologne ist mit all den weiteren Möbel- und Möbelzulieferermessen in Köln, wie der Büromöbelfachmesse Orgatec, der Gartenfachmesse, der Kind & Jugend und der interzum die „Number one in furniture“.

### **Trends in der Möbelindustrie**

Ein großes Zukunftsfeld öffnet sich derzeit für Möbelindustrie und Möbelhandel, nämlich das Thema **Recycling**. Vor dem Hintergrund eines weltweit steigenden Rohstoffverbrauchs und einer zunehmenden Sensibilisierung über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg in Sachen Ressourcenschonung, setzt auch auf politischer Ebene die EU auf Möbelrecycling. Bis 2020 soll die Hälfte aller Siedlungsabfälle, auch Möbel gehören dazu, recycelt werden. Manche Volkswirte prognostizieren einen Umsatzboom der Recyclingbranche. Europa hat gegenüber dem deutlich wachsenden Produktionsmarkt Asien hier sicherlich eine Vorreiterrolle. Manche unserer deutschen Hersteller arbeiten schon lange mit sortenrein ausgewählten, trennbaren und somit recyclebaren Materialien. Sie machen aus Altstoffen Up-cycling Möbel, rundumerneuert und geprüft. Im aktuellen Ansatz

***Zukunftsthema:  
Recycling von Möbeln***

geht es aber auch um die Wiederverwendung für andere Zwecke und erst am Schluss um energetische bzw. thermische Verwertung. Aus alten Matratzen können Dämmstoffe gemacht werden, aus alten Massivholzregalen, entweder neue Schränke oder Spanplatten. Dieser Ansatz ist ökologisch sinnvoll, ökonomisch gut vertretbar, technologisch machbar und politisch gewollt. Die deutsche wie europäische Möbelindustrie kann hier weltweit und gegenüber anderen Produktfamilien punkten.

Vor dem Hintergrund der weltweiten demografischen Veränderungen – die Menschen werden in den westlichen Industrienationen immer älter - finden derzeit innerhalb der Möbelindustrie in Deutschland zwei weitere Ansätze immer mehr Gehör: „Design für Alle“ und Nachwuchsförderung.

Unter dem Thema „**Design für Alle**“ werden Einrichtungskonzepte und Möbel entwickelt, die für jede Altersklasse Vorteile bringen. Weg vom altmodischen und piefigen, einfach hin zu Besserem, Funktionaleren und zwar für Alle. Wir brauchen beispielweise nutzerfreundliche Sofas, die leicht beweglich sind, die leicht in eine Liegewiese umzubauen sind, die abziehbare Bezugstoffe haben, durch bequeme Sitzhöhen punkten und einfach

***Verwertung auch von Möbeln***

***Höhere Lebenserwartung und niedrigere Geburtenraten***

***Der Anteil der über 65-jährigen an der Weltbevölkerung wird bis 2050 auf 15,6 % steigen und sich damit gegenüber 2010 mehr als verdoppeln***

allen Altersgruppen auch optisch gefallen. Fakt ist nämlich, dass wir mit 50 plus unseren Geschmack nicht derart ändern, dass wir plötzlich auf „altmodisch“ stehen oder Möbel wollen, die an Pflegebedürftigkeit erinnern. Auch Architekten arbeiten fleißig am Konzept „Design für Alle“, indem sie Wohnraum barrierefrei gestalten. Hier erwarten die Menschen von der deutschen wie internationalen Möbelindustrie Lösungen für den Alltag, um möglichst lange in den eigenen vier Wänden bleiben zu können. Die unterfahrbare Küchenseite, die bodentief eingebaute Dusche, beleuchtete Schrankinnenräume, einstiegshöhere Betten, sitzhöhere Sofas, der intelligente Kühlschrank mit Einkaufsempfehlung, der automatische Funkmelder für Notfälle, betreffen allesamt das Wohnen im Alter, aber eben auch das „Design für Alle“.

Das weitere Zukunftsfeld, dass die deutsche Möbelindustrie in besonderem Maße angeht und fördert, ist der **Nachwuchs**. Die deutsche Holz- und Möbelindustrie hat eine Marketingkampagne gestartet, die schon heute den Nachwuchs von morgen anspricht. Eine solide Ausbildung ist nämlich der beste Start ins Leben. „Mach was Solides. Mit Holz!“ ist deshalb das Motto, um junge Leute auf die zahlreichen Ausbildungsmöglichkeiten und die guten Zukunftschancen in unse-

***Barrierefreie Wohnungen  
und Möbel haben Zukunft***

***Wohnen: So lange wie möglich  
im eigenen Zuhause***

***Nachwuchs für die Möbelindustrie***

***Mach was Solides. Mit Holz!***

rem Wirtschaftszeitung aufmerksam zu machen. Die Ausbildungskampagne „Berufe mit-Profil“ ist gestartet. Das deutsche duale Ausbildungssystem ist übrigens für viele europäische Länder Vorbild und sollte daher auch in der europäischen Möbelindustrie angewendet werden. Die Webseite [www.berufe-mit-profil.de](http://www.berufe-mit-profil.de) mit unseren über 70 Ausbildungsberufen vermittelt neben dem Basiswissen über die einzelnen Ausbildungen auch konkret Ausbildungsplätze. Die Datenbank der Ausbildungsplatzbörse ist schon für 2014 gefüllt und kann durchaus für alle jungen Europäer von Interesse sein. Wir freuen uns auf die Bewerbungen von weit her!

Die **imm** cologne ist die internationale Möbel- und Einrichtungsplattform. Freuen wir uns auf „Design für Alle“, auf viele junge Interessierte an unserer Branche, auf neugierige internationale Händler und gute Presse für die „number one in furniture“.

Garantiert gibt es auch im kommenden Jahr viel Neues zu entdecken und wir freuen uns daher schon jetzt auf die anstehende **imm** cologne 2014. Wir freuen uns sehr, Sie dort alle wieder begrüßen zu dürfen.

[www.berufe-mit-profil.de](http://www.berufe-mit-profil.de)

***kann mit Hilfe der internet translator leicht in andere Sprachen übersetzt werden***

**imm** cologne **vom 13. bis 19. Januar 2014**

