

Pressemappe zur Wirtschafts-Pressekonferenz 08.01.2020, Köln



Agenda Wirtschaftspressekonferenz imm cologne 2020	2 >>
Ausführungen Gerald Böse	3 >>
Ausführungen BVDM	6 >>
Ausführungen VDM	12 >>
PM 25 "Lust am Besser-Wohnen Die acht wichtigsten Wohntrends der imm cologne 2020"	16 >>
Gerald Böse	22 >>
Thomas Grothkopp	23 >>
Jan Kurth	24 >>

imm cologne 2020
13.01. - 19.01.2020
www.imm-cologne.com

Wirtschaftspressekonferenz

imm cologne 2020
Mittwoch, 08.01.2020, 11:00 Uhr, Messehochhaus, 13. OG, Bibliothek,
Koelnmesse GmbH



imm cologne 2020
13.01. - 19.01.2020
www.imm-cologne.de

Ausführungen

Gerald Böse
Koelnmesse GmbH / Vorsitzender der Geschäftsführung

Jan Kurth
VDM - Verband der Deutschen Möbelindustrie e. V. / Geschäftsführer

Thomas Grothkopp
BVDM - Handelsverband Möbel und Küchen / Hauptgeschäftsführer

Moderation

Markus Majerus
Koelnmesse GmbH / Kommunikationsmanager

Stand: 07.01.2020
Kürzel: maj

Wirtschaftspressekonferenz

Ausführungen von Gerald Böse,
Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, im Rahmen der
Wirtschaftspressekonferenz Köln, 8. Januar 2020, 11:00 Uhr, Bibliothek



imm cologne 2020
13.01. - 19.01.2020
www.imm-cologne.de

Meine Damen und Herren,

ich wünsche Ihnen allen ein frohes Neues Jahr mit hoffentlich vielen schönen und inspirierenden Momenten. Einen ersten Schritt in diese Richtung können Sie gleich nächste Woche mit uns gehen, denn bei der imm cologne werden die Interior Moments in diesem Jahr ganz großgeschrieben.

Mit einer Fülle von Innovationen präsentiert sich das Interior Business Event imm cologne wieder als eine breit aufgestellte, vielseitige Produktschau. Zwei Drittel der 1262 Aussteller sind aus dem Ausland. Damit ist die imm cologne die internationalste Veranstaltung dieser Art weltweit. Ebenso international wie ihr Ausstellerfeld sind die Besucher der Messe. Sie kommen aus 148 Ländern. Mit einem Anteil von 52 Prozent ausländischer Fachbesucher kommt mittlerweile mehr als jeder zweite Fachbesucher aus dem Ausland. Signifikante Steigerungen konnten wir in den letzten Jahren vor allem aus China und Nordamerika, den beiden - auch für die deutsche Industrie - wichtigsten Exportmärkten verzeichnen. Sehr erfreulich verlief die Entwicklung bei den Besuchern aus Osteuropa - für uns ein Zeichen, dass auch dieser Markt wieder anzieht. Traditionell war die Zahl der Fachbesucher aus den wichtigen europäischen Exportmärkten schon immer sehr hoch; dennoch haben wir es auch hier geschafft, in einzelnen Ländern immer wieder ein leichtes Plus zu erzielen.

Diese durchaus positive Entwicklung ist das Resultat davon, dass die Koelnmesse in den letzten Jahren konsequent an der Zukunftsfähigkeit ihrer Leitmesse gearbeitet hat. Deshalb schauen wir, genauso wie die Branche, erwartungsvoll der diesjährigen Messe entgegen - denn, meine Damen und Herren, in vielen Ländern ist für die Möbelbranche mit 2019 kein leichtes Jahr zu Ende gegangen. Die gesamte Branche sah sich jeder Menge Problemstellungen und Herausforderungen gegenübergestellt. Die Gründe hierfür sind extrem vielfältig und erfordern daher ganz unterschiedliche Lösungsansätze. In zahlreichen Ländern sind gesamtwirtschaftlich schwierige Rahmenbedingungen festzustellen, die sich auf die Nachfrage nach Konsumgütern im Allgemeinen und nach Möbeln und anderen Einrichtungsgegenständen im Speziellen negativ auswirken.

Umsatzrückgänge im Möbelkonsum waren vergangenes Jahr u. a. ganz deutlich in China festzustellen, einem Markt, auf den auch viele Produzenten aus Europa setzen. Wobei man mittelfristig China mit seinen 1,4 Milliarden Einwohnern und einer schnell wachsenden Mittelschicht als Exportmarkt nicht aus den Augen verlieren sollte. Stagnierende und rückläufige Nachfragen bei Möbeln waren aber

auch auf europäischen Märkten zu verkraften, z. B. in Belgien und Italien.

Seite
2/3

Gerade am Beispiel Italien kann man sehen, wie schwierig es ist, die Erfolge von gestern auf Dauer zu konservieren. Bis 2007 war Italien Weltmeister in Sachen Möbelexport, zwischenzeitlich ist man im Ranking der erfolgreichsten Möbel-Exporteure auf Platz vier abgerutscht, hinter China, Deutschland und Polen. 2018 gab es im italienischen Möbelexport mit einem Plus von 1,5% wieder eine leicht positive Bewegung. Laut Marktforschungsinstituts CSIL (Centre of Industrial Studies) fallen die Prognosen für 2019 schon wieder eher nüchtern aus, wo in der Industrie bestenfalls ein Plus von 0,1% vorhergesagt wird. Das Wachstumstempo im Export dürfte auch wieder zurückgegangen sein und wird auf plus 0,5% veranschlagt.

Insgesamt werden aber weltweit immer noch tagtäglich Möbel und andere Einrichtungsgegenstände von Konsumenten gekauft und global gehandelt. Nach Berechnungen des CSIL lag das internationale Handelsvolumen bei Möbeln 2019 bei rund 150 Mrd. Euro, was im Vergleich zum Vorjahr zwar eine Stagnation bedeutet; für das laufende Jahr und für 2021 prognostiziert CSIL aber wieder ein leichtes Wachstum. So rechnen die Marktforscher in diesem Jahr mit einem Plus von 2,4%.

Diese durchwachsene Prognose sehen wir auch als Folge von internationalen Handelskonflikten und einem wieder zunehmenden Protektionismus, mit zum Teil dramatischen Kapazitätsverlagerungen und Auswirkungen auf Warenströme. Die Diskussionen um den Brexit blieben nicht ohne Folgen für den Export nach Großbritannien. In Deutschland, Österreich und der Schweiz ist im Handel ein noch nie dagewesener Konzentrationsprozess festzustellen gewesen. Die Digitalisierung schreitet unaufhaltsam voran und wird noch immer von vielen mehr als Problem denn als Chance gesehen. Das Verbraucherverhalten verändert sich weltweit rasant. Kunden wollen immer individueller bedient werden, und sie setzen auf Schnelligkeit und Nachhaltigkeit. Zudem steht die Möbel- und Einrichtungswirtschaft im Wettbewerb mit anderen Branchen, denen sie neue Formen der Begehrlichkeit entgegensetzen muss. Hinzu kommen soziodemografische Veränderungen, die geographisch betrachtet ganz unterschiedliche Reaktionen erfordern. Alternde Gesellschaften in Mitteleuropa, aber auch in Übersee haben andere Ansprüche an das Wohnen und Einrichten als die überwiegend jungen Bevölkerungen beispielsweise in China und Südostasien. Ein Megatrend ist jedoch länderübergreifend festzustellen: Immer mehr Menschen zieht es in die Städte. Nimmt man z.B. Westeuropa, so haben um 1900 rund 41 Prozent der Bevölkerung in Städten gewohnt; 2016 - also vor 4 Jahren - waren es schon 80 Prozent (Quelle UN-Urbanisationsstatistik). Das Thema Urbanisierung wird uns also in den kommenden Jahren weiter begleiten.

All diese Entwicklungen beeinflussen in einem hohen Maß die Ansprüche an die Einrichtungsbranche. Die Frage, wie wir morgen leben werden, gewinnt im Zusammenspiel mit dem Thema Einrichten immer mehr an Bedeutung. Die Lebensbereiche und das Wohnen verändern sich vor dem Hintergrund der digitalen Vernetzung in ästhetischer Dimension, in ihrer Funktionalität und in ihrem kulturellen Kontext.

Wird unser Leben also in der Zukunft smarter, oder geht es nicht viel mehr um das

Thema Urban Living in seiner ganzen Komplexität? Hierzu wird die imm cologne schon in diesem Jahr mit Let's be smart - Smart Village ein klares Zeichen setzen! Indem wir vernetzter denken, richten wir uns zukunftsorientiert aus. Unserer Meinung nach fehlt den einzelnen Branchen ein Platz, auf dem sie die Komplexität ihrer Technik in einem sinnvollen Kontext präsentieren können. Wir möchten Ihnen unsere Ideen zu diesem Thema und was dies alles am Ende mit der LivingKitchen zu tun hat, im Rahmen einer Pressekonferenz am Dienstag, dem 14.01.2020 um 11 Uhr im Smart Village in der Halle 4.2 vorstellen.

Seite
3/3

Das Messegeschäft in Köln, meine Damen und Herren, lebt seit jeher von der Vielfalt der Branchen, die ihren Weg mit uns gehen; von der Internationalität der Aussteller und Besucher; von der Relevanz der Themen, die sie mitbringen und vor Ort umsetzen. So werden wir auch zur kommenden imm cologne die relevanten Themen der Branche aufgreifen und in anregenden, emotional ansprechenden Präsentationen beleuchten und damit Ausstellern und Besuchern einen inhaltlichen Mehrwert bieten. Mit Projekten wie „Das Haus“ „Trend Atmospheres“, oder „Smart Village“, die im Messeschwerpunkt „Pure“ die Angebote der internationalen Design-Avantgarde ergänzen, zeigen wir zukunftsweisende Lösungen, die inspirieren und informieren sollen. Ein interessantes neues Messe-Modul erwartet die Besucher in Halle 10.2, als Teil der Neu-Konzeption des Angebots in den Nordhallen, wo nun unter dem Begriff „Home“ Einrichtungslösungen mit Lifestyle-Charakter zusammengefasst werden. „Future Interiors - designed in Germany“ beschäftigt sich auch mit dem Thema Nachhaltigkeit: Kuratiert von der Trendexpertin und Innenarchitektin Katrin de Louw (ausgesprochen: „de Lau“) steht hier der Blick deutscher Marken und Designer auf den aktuellen Trend im Mittelpunkt.

Sie sehen meine Damen und Herren, Messen müssen immer mehr eine inspirierende Umgebung für das Geschäft schaffen, denn heute wird weniger „geschrieben“ als Geschichten oder besser Content verkauft. Veranstaltungen sind Events, die emotional in die Branchen und die Öffentlichkeit strahlen und die digitale Transformation leben. Aber trotz aller Digitalisierungsinitiativen und innovativer Veranstaltungsformate, die das Messegeschäft heute natürlich und sinnvollerweise prägen, sind es im Kern die Begegnungen und vor allem die Qualität der Begegnungen, die den Erfolg einer imm cologne ausmachen. Wir schaffen hierfür den Raum. Durch die Vielfalt der Besucher sowie durch die Internationalität des Angebotes in Kombination mit dem Content der Aussteller entsteht das, was wir New Business nennen. Erst durch diesen Mix aus New Business, Emotion, Internationalität und Zukunftsthemen wird die imm cologne 2020 trotz nicht ganz leichter Rahmenbedingungen zur bedeutendsten Plattform ihre Art werden und der Branche den nötigen Schub für einen schwungvollen Start in ein erfolgreiches Jahr geben!

Wir freuen uns auf eine spannende Messewoche in Köln.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

Stand: 07.01.2020
Kürzel: maj

Pressemitteilung

Köln, 08. Januar 2020

Konjunktur im Möbelhandel uneinheitlich

Das Jahr 2019 glich einer Berg- und Talfahrt.

Der Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel hat im Jahr 2019 den Umsatz des Vorjahrs um rund 4 Prozent übertroffen und liegt mit 34,2 Milliarden Euro Jahresbruttoumsatz auf hohem Niveau. Dies ergibt sich aus Hochrechnungen auf Basis der ersten zehn Monate 2019 nach Werten des statistischen Bundesamtes. Für 2020 erwartet der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) eine stabile Nachfrage.

Die Rahmenbedingungen in Deutschland sind für den Handel gut: Die Beschäftigungsquote ist auf Rekordniveau, das verfügbare Einkommen steigt, die Neubautätigkeit befindet sich auf hohem Niveau. Doch der Umsatzverlauf der Branche stellt sich uneinheitlicher denn je dar.

Dahinter stehen globale Trends im Handel, die alle Vertriebsformen herausfordern: Das Informations- und Einkaufsverhalten wird in Deutschland immer hybrider. Bislang galt die Annahme, dass sich die Kaufkraft immer mehr in die Peripherie der Städte verlagert, dorthin, wo die großen Möbelmärkte und Möbeldiscounter angesiedelt sind. So es sich nicht um Möbelhäuser, Autohändler und Baumärkte handelt, von denen keine Integration in Siedlungsgebiete verlangt wird, würden Einkaufszentren die Konsumenten anziehen. Heute gibt es eine klare Präferenz jüngerer Käuferschichten zu hippen Standorten in florierenden Städten. Selbst für Möbel und Küchen muss es eine Erreichbarkeit ohne Auto geben, verbunden mit der Zustellung der Ware. Erst wenige Unternehmen der Branche haben darauf eine Antwort. Der europäische Marktführer steuert sein Geschäftsmodell deutlich um. Er sucht keine neuen, großformatigen Standorte mehr. Er geht mit kleineren Einheiten zu den Menschen in die Städte. Was der Kunde nicht bequem mitnehmen kann, wird ihm nach Hause geliefert. Das spart teure innerstädtische Logistikfläche und führt zu einer ganz neuen Kalkulation.



BVDM
Handelsverband
Möbel und Küchen

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln
Tel.: 0221/940 83-50
Fax: 0221/940 83-90
www.wohnenundbuero.de
bvdm@wohnenundbuero.de

Hinzu kommt, dass es schwierig geworden ist, die zunehmende Kaufkraft der Bevölkerung auf die Branche zu lenken. Die Einrichtungswirtschaft hat einen harten Konkurrenten bekommen: Die Entwicklung der Wohnkosten. Die ungesunde Steigerung der Kauf- und Mietpreise für Wohnungen und Häuser, die Kostensteigerungen bei Strom, Gas und Wasser, die hohen Grunderwerbssteuern binden Kaufkraft, die in Möbel und Küchen nicht investiert werden kann. Darüber hinaus sinkt die Bereitschaft zum Umzug, denn jeder neue Kauf- und Mietvertrag ist mit schmerzhaften Mehrkosten verbunden. Wo weniger Wohnungen neu bezogen werden, wird weniger für eine neue Einrichtung ausgegeben.

Wenn die amtliche Statistik einen Umsatzgewinn von vier Prozent ausweist, sind es die Umsätze des „Einzelhandels mit überwiegend Wohnbedarf“. Der Handelsverband Möbel und Küchen geht davon aus, dass hier Randsortimente, die bislang über andere Branchen vertrieben wurden, eine zunehmende Rolle spielen, sowie Dienstleistungsumsätze, denen Beratungs- und Serviceleistungen gegenüberstehen. Während die Volumenvermarkter im Jahr 2019 vielfach über Umsatzrückgänge und leerstehende Häuser klagten, konnten die mittelständischen Fachhändler eher positive Entwicklungen melden.

Gleichwohl sind Möbel und Küchen Produkte, die grundsätzlich stationär gekauft werden. Niemand käme auf die Idee, sich eine Auswahl von Möbeln liefern zu lassen, um sie - wie Bekleidung - größtenteils zurück zu schicken. Daher geht der BVDM von nur zehn Prozent reinem Onlineanteil aus. Wobei durch die zunehmende digitale Präsenz von Möbelkonzernen eine Abgrenzung zwischen stationärem Geschäft und Distanzhandel nur schwer möglich ist. Das Medium des Kaufabschlusses – im Geschäft oder online oder in Kombination beider - kann für eine Abgrenzung nicht mehr herangezogen werden.

Für den Handel sind digitale Angebote insbesondere dort interessant, wo Wohnräume und Küchen virtuell dargestellt werden, Produkte ganz konkret in diese Welten positioniert und mit unterschiedlichen Farben und Materialien gezeigt werden. Hier gibt es immer mehr Unternehmen, die sich in den vergangenen zwölf Monaten mit Augmented Reality, der computergestützten Wahrnehmungser-

weiterung, in die Öffentlichkeit begeben haben. Der BVDM sieht dies als attraktive Ergänzung zur persönlichen Beratung, die das Vorstellungsvermögen unterstützt.

Möbel- und Küchenbranche ist generell mittelständisch geprägt

Die Möbel- und Küchenbranche ist eine generell mittelständisch geprägte Einzelhandelsbranche, auch wenn die Konzentration fortschreitet und vor allem Großunternehmen wachsen, wie die jüngsten Übernahmen gezeigt haben. Der Anteil der Familienunternehmen oder solcher Unternehmen, wo Familien das Kapital in Stiftungen überführt haben, ist hoch. Das Engagement von Kapitalinvestoren im Handel ist unterproportional, an der Börse spielt der Möbelhandel kaum eine Rolle.

Dies liegt vor allem an der Stärke der Einkaufsverbände, in denen mehr als 80 Prozent aller Handelsbetriebe mit mehr als 60 Prozent des Branchenumsatzes organisiert sind. Dazu zählen mittlerweile fast alle in Deutschland und Österreich marktführenden Unternehmen. Hinzu kommt eine Konsolidierung unter den Verbundgruppen, wo auch die traditionelle Trennung zwischen Möbelhäusern, Vollsortiment und spezialisierten Küchenhändlern immer stärker überwunden wird. Derzeit fügt sich der Möbel- und Küchenhandel zu neuen Verbundgruppenkonstellationen und zerbricht traditionelle Strukturen.

Der Flächenzuwachs hat sich im vergangenen Jahr weiter abgeschwächt: Es wird weniger neu gebaut, es werden häufiger bestehende Standorte und Flächen übernommen. Insgesamt verfügt der deutsche Möbelhandel über rund 23 Millionen Quadratmeter Verkaufsfläche. Hiervon werden über 6 Millionen Quadratmeter – das ist ein Viertel der Fläche - von 170 Häusern mit mehr als 25.000 Quadratmetern Verkaufsfläche betrieben.

Stationärer Handel steigt auf Online ein

Der Online-Handel mit Möbeln gewinnt weiter an Bedeutung. Gut 3,5 Milliarden Euro brutto, also zehn Prozent des Gesamtumsatzes, wurden 2019 mit Möbeln, Küchen und Einrichtungsgegenständen erwirtschaftet. Hierbei beteiligen sich inzwischen auch zunehmend

klassische stationäre Händler, die bislang der Online-Pure-Playern weitgehend das Feld überlassen hatten.

Hilfreich ist, dass der Gesetzgeber von der Notwendigkeit des neuen Berufs „E-Commerce-Kaufmanns/frau“ überzeugt werden konnte, in dem seit August 2018 ausgebildet wird. Der Handelsverband Deutschland (HDE) hat gemeinsam mit weiteren Trägern der beruflichen Bildung die Ausbildung ausgearbeitet und die Unternehmen deutschlandweit in Veranstaltungen der Kammern und Verbände informiert. Auch der Möbel- und Küchenhandel beteiligt sich an der Ausbildung und bildet eine steigende Zahl junger Menschen zu E-Commerce-Kaufleuten aus.

Boxspringbetten weiterhin Megatrend

Betrachtet man die Sortimentsbereiche, so sind Küchenmöbel mit 26 Prozent Umsatzanteil die stärkste Warengruppe. Zweitgrößte Warengruppe sind die Polstermöbel mit 22 Prozent, gefolgt von den Schlafzimmern mit 13 Prozent, wobei Boxspringbetten unverändert Verkaufsschlager - allerdings zu Lasten der sonstigen Schlafzimmern - sind. Wohnzimmermöbel runden das Bild mit elf Prozent Umsatzanteil ab.

Klassifizierung und Standardisierung dringend notwendig

Schnell zeigt sich, dass die Herausforderungen der Logistik nicht ohne eine weitere Klassifizierung und Standardisierung von Möbeln und Küchen zu meistern sind. Beim Verein eClass wird daher bereits mit Hochdruck an einem Klassifizierungssystem für Möbel, Küchen und seit 2019 auch für den Fachsortimentsbereich gearbeitet, welches erleichtert, Möbel und Einrichtungen in elektronischen Systemen umfassend zu beschreiben und so der Logistik und dem Online-Vertrieb den Weg zu bereiten.

8.500 Unternehmen mit 100.000 Beschäftigten

Zur Möbel-, Küchen- und Einrichtungsbranche im engeren Sinn zählt das statistische Bundesamt 8.500 Unternehmen mit 100.000 Beschäftigten. Im gesamten deutschen Einzelhandel, in dem rund 2,7 Millionen Menschen - davon 1,4 Millionen in Vollzeit -

beschäftigt sind, stehen derzeit 110.000 junge Leute in einem Ausbildungsverhältnis.

Aus- und Weiterbildung an der Fachschule des Möbelhandels

Die Branche benötigt gut qualifizierte Fachkräfte in allen Bereichen, da Möbel und Küchen beratungsintensive Produkte sind. Deshalb setzt sich der BVDM für die Ausbildung des Branchennachwuchses ein und unterstützt als ideeller Träger die Fachschule des Möbelhandels (Möfa) in Köln-Lindenthal. Seit mehr als 80 Jahren werden an der Fachschule des Möbelhandels junge Menschen für eine Tätigkeit in der Möbelbranche qualifiziert. Die Zahl der Absolventen liegt inzwischen weit über 20.000. Die Absolventen der Fachschule, die zugleich Berufskolleg für die Betriebe im Rheinland ist, sind sehr gefragt und haben beste Berufschancen.

Positive Erwartungen für das Jahr 2020

Die Rahmenbedingungen für das Jahr 2020 sind grundsätzlich gut. Von Januar bis Oktober 2019 wurde in Deutschland der Bau von 289.700 Wohnungen genehmigt. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, waren das genauso viele Baugenehmigungen wie im Vorjahreszeitraum. Der Wohlstand in Deutschland erlaubt es vielen Menschen, wertige Möbel zu kaufen, auf Nachhaltigkeit und natürliche Materialien zu setzen. Dahinter steht die Überzeugung, dass Langlebigkeit die Umwelt weniger belastet und ein schneller Austausch billiger Einrichtungsgegenstände.

Die imm cologne prägt die Branche und stärkt die Stellung der Deutschen Möbel- und Einrichtungsbranche

Der deutsche Möbelhandel baut auf die imm cologne. Er rechnet durch die Messe mit positiven Ausstrahleffekten auf die Nachfrage. Möbel und Einrichten rücken in der dritten Januarwoche traditionell verstärkt in den Fokus der Medien und ganz besonders der Menschen im Rheinland. Der Stellenwert von schönem Wohnen bekommt dadurch qualitative und quantitative Impulse.

Der deutsche Möbelhandel wird sich den genannten Herausforderungen stellen. Viele Unternehmen haben in den letzten Jahren in

ihre Ausstellungen und die Qualität ihrer Mitarbeiter investiert. Die Möbelkäufer bekommen erstklassige Ware zu besten Preisen in kundenfreundlichem Ambiente mit Erlebnischarakter und werden von gut ausgebildeten Mitarbeitern beraten. Innerhalb des europäischen Möbelhandels nimmt der deutsche Möbelhandel daher zu Recht eine Spitzenstellung ein.

Der BVDM auf der imm cologne 2020,

13. – 19.01.2020 mit einem Stand auf dem Messeboulevard, Stand B 09, gegenüber Halle 4 mit folgenden Partnern:

- Fachschule des Möbelhandels (Möfa)
- Sachverständigenrat beim BVDM
- Interseroh Dienstleistungs-GmbH
- Gesellschaft für Personaldienstleistungen mbH
- Thaddäus Rohrer Unternehmensberatung
- IWO furn Service GmbH

Am **Donnerstag, 16. Januar 2020 findet von 18.00 bis 20.00 Uhr** am **BVDM-Stand** der **BVDM-Treff** als abendliches Get-together der Mitglieder und Partner des BVDM sowie der Absolventen, Dozenten und Studierenden der Möfa statt, zu dem BVDM und Koelnmesse herzlich einladen.

Download-Text und Fotos unter www.wohnenundbuero.de

Der Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM) ist die berufspolitische und branchenfachliche Interessenvertretung des Fachhandels mit Möbeln, Küchen und Einrichtungsgegenständen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 9.000 Unternehmen an rund 10.000 Standorten mit ca. 100.000 Beschäftigten. Der BVDM gehört als Fachverband dem Handelsverband Deutschland (HDE) an. Seine acht Landesverbände betreuen den Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel der Handelsorganisation vor Ort.

Kontakt:

Handelsverband Möbel und Küchen (BVDM)
Frangenheimstraße 6, 50931 Köln
Tel. 0221/940 83-50; auf der imm cologne: Tel. 0174/475 76 91
bvdm@wohnenundbuero.de, www.wohnenundbuero.de
Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer
Christian Haeser, Geschäftsführer
André F. Kunz, Geschäftsführer

Jan Kurth, Geschäftsführer des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie, erklärt anlässlich der Pressekonferenz zur imm cologne 2020, am 8. Januar 2020 in Köln:

Deutsche Möbelindustrie erwartet leichtes Plus in 2020

19 Millionen Deutsche planen 2020 Möbelkauf

Branche setzt auf die Karte „Made in Germany“

Wir stehen am Beginn eines neuen Jahrzehnts, von dem die Bundeskanzlerin sagt, es könnte trotz enormer Herausforderungen ein gutes Jahrzehnt werden. „Überraschen wir uns einmal mehr damit, was wir können“, so Frau Merkel. Das ist ein guter Ansatz, den wir als Möbelindustrie mit Leben füllen wollen: Wenn wir zehn Jahre zurückdenken, standen wir auch am Beginn eines neuen Jahrzehnts, aber auch am Ende einer großen wirtschaftlichen Krise, die der Möbelindustrie einige Verwerfungen gebracht hat. Ende 2009 erwirtschaftete die Branche einen Umsatz von 15,4 Milliarden Euro und damit rund zwei Milliarden oder 12 Prozent weniger als noch ein Jahr zuvor. Wir hatten 540 Betriebe und zählten 90.000 Beschäftigte. Jetzt, zehn Jahr weiter, liegen wir bei 17,7 Milliarden Euro Umsatz in 477 Betrieben und mit 85.000 Beschäftigten.

Das war zwar kein goldenes Jahrzehnt, aber eines, in dem sich die Branche zwar deutlich konsolidiert hat, im internationalen Wettbewerb aber an Boden gewonnen hat. Heute erwirtschaften wir mit insgesamt größeren und damit wohl auch moderneren Einheiten einen um 2,3 Milliarden Euro höheren Umsatz. Auch wenn es oft nicht so wahrgenommen wird, geht es der Möbelindustrie in unserem Land nach wie vor mehrheitlich gut und unsere Unternehmen sind deutlich professioneller und zukunftssicherer aufgestellt als eben noch vor 10 Jahren.

Der Blick in die nahe Zukunft zeigt, dass die Deutschen durchaus Lust auf das Thema Wohnen und Einrichten verspüren. Wir haben hierzu kurz vor Weihnachten eine repräsentative Befragung mit dem renommierten Marktforschungsinstitut TNS Kantar in Deutschland durchgeführt. Die wichtigsten Ergebnisse sind:

Immerhin knapp ein Viertel aller Deutschen - und damit knapp 19 Millionen Menschen in 9,3 Millionen Haushalten - planen im Jahr 2020 die Anschaffung neuer Möbel. Die durchschnittliche Ausgabenbereitschaft 2020 für Möbel beträgt 2.581 € pro Haushalt.

Gerade bei jungen Leuten ist die Lust auf neue Möbel besonders spürbar: So planen 40,5 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 29 Jahren neue Möbel zu kaufen. Ebenso planen einen Neukauf 31,5 Prozent der 30 bis 39-jährigen Bevölkerung. Von den über 60-jährigen planen dies nur 12,5 Prozent.

Wir gehen mit realistischem Optimismus in das neue Jahrzehnt und gehen für 2020 von einem leichten Umsatzplus von ca. einem Prozent aus. Im Inland müssen wir mit aller Kraft das Thema „Made in Germany“ in den Vordergrund rücken und die Verbraucher auf unsere exzellente Qualität und den erstklassigen Service aufmerksam machen. Die Themenpalette Nachhaltigkeit, Klimaverträglichkeit und der Trend zur Regionalität müssen wir stärker spielen und für unsere Hersteller nutzen, da diese Themen wachsende Bedeutung bei den Endverbrauchern in ihrer Kaufentscheidung gewinnen.

Die aktuelle Entwicklung der Auslandsmärkte stimmt uns ebenfalls positiv. In den ersten zehn Monaten 2019 gingen 32,8 Prozent der in Deutschland produzierten Möbel direkt ins Ausland. Dies ist die höchste jemals gemessene Exportquote. Um die Jahrtausendwende betrug sie noch vergleichsweise magere 16,3 Prozent - ihr kontinuierlicher Anstieg ist ein eindrucksvoller Beleg für die hohe internationale Wertschätzung deutscher Möbel.

Insgesamt stiegen die Ausfuhren unserer Hersteller im Jahresverlauf 2019 um 2,1 Prozent. Die meisten großen außereuropäischen Märkte liegen derzeit im Plus. Allein die Möbelausfuhren in die USA konnten von Januar bis Oktober 2019 im Vergleich zum Vorjahr um 15,1 Prozent gesteigert werden. Der Absatz deutscher Möbel in Russland erhöhte sich nach längerer Schwächephase 2019 das dritte Jahr in Folge um aktuell 18,8 Prozent. Andere wichtige Wachstumsmärkte wie Japan, Kanada und Südkorea profitieren von den jüngsten Freihandelsabkommen mit der EU und wiesen ebenfalls positive Vorzeichen auf. Lediglich China als Wachstumsmarkt der vergangenen Jahre fiel im vergangenen Jahr um 22,3 Prozent zurück. Durch die Handelsbeschränkungen in den USA verbleibt mehr Ware im Inland, was unsere Ausfuhren nach China erschwert. Allerdings werden deshalb auf der anderen Seite neue Möglichkeiten in den USA eröffnet.

Auch innerhalb der EU zog die Möbelnachfrage in 2019 im Vergleich zu 2018 deutlich an. Frankreich konnte sich als wichtigster Absatzmarkt für Möbel „Made in Germany“ behaupten, die deutschen Möbelausfuhren legten um 6,8 Prozent zu. Auch andere europäische Märkte wie die Schweiz, Belgien, Polen, Italien und Schweden entwickelten sich positiv.

Bremsspuren erzeugt hingegen vor allem der Brexit: Die deutschen Möbelexporte über den Ärmelkanal reduzierten sich das dritte Jahr in Folge um aktuell 3,2 Prozent auf jetzt knapp 700 Millionen €. Damit belegt UK aber immer noch Platz fünf im Ranking der wichtigsten Exportmärkte.

Dennoch bleibt der heimische Markt mit zwei von drei abgesetzten Möbeln auch im Jahr 2020 der mit Abstand wichtigste Markt für die deutschen Möbelhersteller.

Das Jahr 2019 bescherte der deutschen Möbelindustrie eine Seitwärtsbewegung und wird mit einem geringfügigen Umsatzminus in Höhe von rund einem halben Prozent abschließen. Nach zehn Monaten - also bis einschließlich Ende Oktober - weist die Branchenstatistik nun ein leicht negatives Ergebnis von 0,4 Prozent mit einem Gesamtumsatz von knapp 14,9 Mrd. € aus. Für das Gesamtjahr 2019 rechnen wir mit einem Umsatz von rund 18 Mrd. €.

Deutlich zulegen konnten erneut die Küchenhersteller mit einem Umsatzanstieg von 2,8 Prozent auf über 4,2 Mrd. € bis einschließlich Oktober. Dieser Effekt ist vor allem auf die sehr gute Auslandsnachfrage mit einem Plus von 5,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen. Der Inlandsmarkt entwickelte sich mit einem Plus von 0,7 Prozent. Aufgrund des branchenintern gemessenen Auftragseingangs von plus 5,1 Prozent bis Ende Oktober wird auch das Gesamtjahr 2019 entsprechend positiv abschließen.

Das Segment der Büro-, Laden- und Objektmöbel erzielte nach amtlichen Angaben bei einem Plus von 0,7 Prozent einen Umsatz von knapp 3,5 Mrd. €.

Bei Matratzen schlug ein Umsatzminus von 2,3 Prozent auf rund 640 Mio. € zu Buche.

Für die Polstermöbelindustrie weist die amtliche Statistik, die ausschließlich die Entwicklung an den deutschen Produktionsstandorten erfasst, einen Umsatzrückgang um 0,5 Prozent auf rund 760 Mio. € aus. Unternehmen mit eigenen Produktionsstätten im Ausland verzeichneten hingegen einen Anstieg des Auftragseingangs bis Ende Oktober um rund 4 Prozent.

Das statistisch ausgewiesene Segment der „sonstigen Möbel“ zeigt ein Umsatzminus von 2,9 Prozent auf knapp 5,8 Mrd. €. Dieses größte Teilsegment der Branche umfasst in der amtlichen Auswertung nicht nur Wohn-, Ess- und Schlafzimmermöbel, sondern auch Kleinmöbel, nicht gepolsterte Sitzmöbel und Möbelteile. Die Aussagefähigkeit der amtlichen Zahlen in Bezug auf die klassischen Wohnmöbel bleibt daher gering.

Nach einer brancheninternen Erhebung unter den marktprägenden Wohnmöbelherstellern betrug der Anstieg des Auftragseingangs bis Ende Oktober unter Berücksichtigung der eigenen Produktionsstandorte im Ausland plus 4,1 Prozent. Insgesamt umfasste die Branche 2019 im Durchschnitt 477 Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten (-0,8 %). Die Zahl der Beschäftigten blieb mit 84.533 Mitarbeiterinnen + Mitarbeitern stabil.

Trotz des robusten Arbeitsmarktes und vor dem Hintergrund steigender Einkommen konnte die zusätzliche Kaufkraft nicht ausreichend in neue Möbelkäufe umgemünzt werden. Dies lag sicherlich auch an den Verschiebungen innerhalb der Möbelhandelsstruktur und dem anhaltenden Frequenzproblem der Großfläche. Die stark auf den Preis fixierten Verkaufsmaschinen außerhalb der Städte funktionieren in Zeiten von mündigen und gut informierten Verbrauchern immer schlechter. Stattdessen gewinnen Fachhandel und Online-Vertriebskanäle immer weiter an Bedeutung. Einfach nur Möbel verkaufen reicht nicht. Gefragt sind Einrichtungskonzepte und Atmosphäre. Wie so etwas stilsicher und intelligent präsentiert werden kann, sehen wir eindrucksvoll in den kommenden Tagen auf der imm cologne 2020.

Nr. 25 / Dezember 2019, Köln
#immcologne

Lust am Besser-Wohnen | Die acht wichtigsten Wohntrends der imm cologne 2020

Wie wir wohnen, ist uns wichtig. Immer mehr Menschen denken darüber nach, wie sie nachhaltiger leben und wohnen können, wo sie wohnen, mit wem sie wohnen, wie ihre Wohnung aussehen soll, damit sie sich dort wohlfühlen, und was die Einrichtung ihrer Wohnung über sie aussagt. Die internationale Einrichtungsmesse imm cologne ist ein Spiegelbild aktueller Einrichtungstrends und repräsentiert den Erfindungsreichtum der Möbelmacher.

Medien und Messen sind die Orte, in und an denen der Diskurs über die Gestaltung unserer Lebensbereiche stattfindet und Impulse erhält. Auf der internationalen Einrichtungsmesse imm cologne werden die unterschiedlichsten Richtungen, in die sich das Wohnen entwickelt, abgebildet - zum einen in den Präsentationen der Aussteller, und zum anderen in Sonderausstellungen, Wettbewerben, Diskussionen und Foren für Publikum und Kreative.

Hier wird wie sonst nirgends deutlich, welche Bedürfnisse und Sehnsüchte mit der Gestaltung des Wohnraums verknüpft werden. Aktuell wird das Interior Design immer wohnlicher, und das Thema Gemütlichkeit scheint die Gestaltung nicht mehr nur des privaten Wohnens, sondern auch weiter Objekt- und Hospitality-Bereiche zu dominieren. Nach dem Bad wird nun auch das Entree als Gestaltungsobjekt entdeckt. Der Wunsch nach einem gut gestalteten Interior Design scheint umso größer zu werden, je mehr man sich auf wenige, qualitativ gute Ausstattungselemente beschränken muss - oder möchte. Denn auch die bewusste Beschränkung auf wenig ist einer der Trends, die das zeitgenössische Interior Design prägen.

Ähnlich wie in der Mode scheint sich der Pendel von einem „Immer-mehr-und-immer-Billiger“ zugunsten einer relativen Qualitätsorientierung zu bewegen. Dabei gibt es zwei sich stilistisch und qualitativ unterscheidende Hauptrichtungen zu geben: Während sich die von der Designszene geprägte Einrichtungskultur weiterhin eine reduzierte, eher schlichte Formensprache mit natürlichem Ausdruck und Materialien bevorzugt, wird in traditionelleren wie in modischen Einrichtungswelten nach mehr Glamour gesucht: edel soll es sein, von originellem Ausdruck und klassischem Charme.

Ja, wohnen wird wichtiger. Häuft entscheidet es auch darüber, wie das Leben organisiert wird - mit Konzepten wie Co-Working und Co-Living, Patchwork-Haus oder Urban Gardens. Auch darum wird geprüft, woran man sich bindet, und kuckt lieber zweimal hin, bevor man sich für ein gutes Stück entscheidet. Und



imm cologne 2020
13.01. - 19.01.2020
www.imm-cologne.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Markus Majerus

Telefon

+49 221 821-2627

Telefax

+49 221 821-3544

E-Mail

m.majerus@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Oliver Frese

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:

Oberbürgermeisterin Henriette

Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Qualitätsorientierung muss ja nicht gleich heißen, dass man nicht nach Schnäppchen sucht. Wo der eine nach dem Preis forscht, recherchiert der andere nach dem Vorleben des Möbelstücks - nach Materialherkunft, nach Recyclingfähigkeit und der allgemeinen Unbedenklichkeit in Bezug auf Natur, Klima und Sozialstandards. Einig sind sich alle darin, dass wir besser wohnen wollen: komfortabler, schicker, raumoptimierter, farbiger, smarter und nachhaltiger

Natürlicher Wohnen

Immer mehr Menschen versuchen ernsthaft, ihr Konsumverhalten zu verändern, um eine Trendwende zu einer nachhaltig agierenden Gesellschaft anzustoßen. Konsumententscheidungen in Bezug auf Mobilität, Handy oder Ernährung genauso wie auf Möbel werden stärker unter dem Aspekt der Klimaneutralität bewertet. Damit wird die Geschichte hinter dem Produkt - das Storytelling - immer wichtiger. Im Wohnbereich werden damit nicht nur aus Gründen der Wohnlichkeit, sondern auch aus ökologischen Überlegungen gerne natürliche Materialien und Vollholz eingesetzt. Unterstützende Deko-Items wie Pflanzen, naturbelassene Stoffe und Indoor-Gewächshäuser werden wichtige Ausstattungselemente bei der Gestaltung einer Wohnung und sind zudem als Statements gedacht. Auch Möbel mit einer hohen Designqualität versprechen einen nachhaltigen Effekt.

Holz und Naturmaterialien, aber auch Leichtbau- und Recycling-Werkstoffe und werden überall eingesetzt, wo sie funktional sind - das heißt auch bei Produkten, die standardmäßig aus anderen Materialien hergestellt werden. Bambus wird als Holzalternative genauso ausprobiert wie kunststoffverstärktes Papier als lederartiger Bezugstoff. Flechtwerk aus Rattan, Weide oder Bambus bringen Wintergarten-Feeling ins Haus. Die Sehnsucht nach einem natürlichen Wohnen hält den Trend zu skandinavischem Design am Leben - wird er doch mit naturnahem, unkompliziertem und ursprünglich-rustikalem Lifestyle assoziiert, der in dem traditionell schlichten und im 20. Jahrhundert kultivierten Design seinen Ausdruck findet.

Grüner Wohnen

Wir suchen zunehmend die Nähe zur Natur: Keine Neubauwohnung wird mehr ohne Balkon gebaut, und Wohnungen mit Garten- oder Terrassenanschluss werden gerade in den Innenstädten hoch gehandelt. Diese Touchpoints mit der Natur werden nun auch zum integralen Bestandteil des Wohnens, und die Terrasse wird zum zweiten Wohnzimmer. Mit dem Trend „Indoor - Outdoor“ sehen wetterfeste Outdoormöbel heute nicht nur aus, als ob sie aus dem Wohnzimmer kämen - sie werden auch dort benutzt! Edle Materialien und Hightech-Textilien machen es möglich, sie auch im Innenbereich einzusetzen. Ein Unterschied in der Ästhetik ist im oberen Preissegment kaum noch auszumachen, und bei den neuen Indoor-Outdoor-Möbeln gleicht sich auch der Nutzungskomfort immer mehr an. Bei den Outdoor-Farben scheint die Farbe Grau den Zenit überschritten zu haben - auf der Messe spoga-gafa in Köln hat sich Weiß als Grundfarbe für Outdoor-Möbel in Position gebracht.

Die Möbel, die zu diesem Trend passen, ähneln sich zum Teil denen aus dem Trend zum Natürlicher Wohnen: Bambus und Flechtwerkmöbel sind angesagt, aber auch Flechtsessel aus Hightechmaterialien und modischere Akzente sind opportun.

Pflanzen finden sich als Accessoires nicht nur in Töpfen, sondern auch auf Tapeten wieder, die Farbe Grün ist in sämtlichen Schattierungen zu finden.

Seite

3/6

Smarter Wohnen

Können wir Kräuter per App züchten? Übernimmt ein Computer die Pflege von Pflanzen zur Verbesserung des Raumklimas? Hat das Klima Auswirkungen auf Gebäudeinstallationen? Übernimmt eine smarte Steuerung beim Verlassen des Hauses das Ausschalten von Licht und Kaffeemaschine? Die smarten Anwendungen werden immer vielfältiger, verlässlicher und einfacher in der Handhabung, und sie können immer genauer auf die konkreten Bedürfnisse der Bewohner abgestimmt werden. Dabei werden die smarten Technologien immer häufiger zum integralen Bestandteil der Architektur. Ob computergesteuerte Optimierung der Raumluft, innovative Steuerung und Nutzung vom Dusch-WC oder die antizipierende und energieoptimierende Steuerung der Raumtemperatur - die smarte Technologie wird zunehmend in unsere Wohnkultur integriert.

Lampen, die als Bluetooth-Lautsprecher dienen; Nachttische mit kabelloser Handy-Ladestation; Schränke, die die Stimmungsbeleuchtung übernehmen; Spiegelschränke mit Multimedia-Funktion, Tische, die sich unserem Bewegungs-Soll entsprechend verstellen und Sofas, die sich die individuelle Lieblings-Sitzposition merken; Leuchten, die uns beim Einschlafen helfen und Betten, die uns beim Schnarchen sanft in eine andere Position komplimentieren - Technologie wird zum integralen, möglichst unauffälligen Bestandteil des Möbels.

Effizienter Wohnen

Steigende Mieten und kleinere Wohnungen werden den Bedarf nach platzsparenden Möbeln weiter vorantreiben. Die erste Trendwelle der Aufräum- und Verzichts-Ästhetik hat uns aus den USA und Asien bereits erreicht - Konsumverzicht und die Beschränkung auf wesentliche Dinge des Lebens sind Strategien, um in der Wohnung Ordnung zu schaffen. Und die wird von immer mehr Menschen als äußerst wohltuend empfunden. Ordnung ist angesagt und damit wieder alles andere als „uncool“. Qualität statt Quantität könnte so für viele die richtige Einrichtungsphilosophie sein, zumal sie auch dem Wunsch nach natürlichem Wohnen entgegenkommt.

Seit einiger Zeit im Trend sind kleine und kompakte Sofas und Sessel, deren Design sich häufig an klassischen Typologien orientiert. Künftig noch mehr gesucht werden bezahlbare Systemmöbel und kompakte Einzelmöbellösungen, die skalierbar (auf unterschiedliche Raummaße anpassbar), variabel (Ausziehtechnik etc.) und flexibel einsetzbar sind. Auch das Leben auf einer zweiten Ebene wird schick - das Hochbett kommt wieder. Angesichts des breiten Einsatzgebietes solcher Möbelsysteme vom Mini-Apartment bis zum Loft legen die Anbieter dabei allerdings großen Wert auf eine moderne Ästhetik im Urban-Living-Style jenseits von jeglicher Jugendzimmer-Atmosphäre.

Komfortabler Wohnen

Wir sind es uns wert! Komfort wird in jeder Wohnung (und sei sie noch so klein)

großgeschrieben - vor allem im Schlafzimmer. Aber auch in Bad und Sitzmöbel wird investiert. Zum Komfort zählen zudem einige Standards der Haustechnik - Stichwort beheizter Autositz, beheiztes oder gekühltes Zimmer. Im Trend liegen kompakte, designorientierte Sitzmöbel, wie zum Beispiel 2-Sitzer oder Armlehnstühle, im oberen Angebotssegment. Hier wird besonderer Wert auf die Ergonomie gelegt. Konsolentisch, Wandablagen oder Kleinregale sorgen nicht nur für Ordnung im Alltag, sondern sind integraler Bestandteil des Interior Designs. Und eine komfortable Hängematte findet nicht nur im Garten ihren Lieblingsplatz.

Seite
4/6

Nach den Hockern bekommen nun auch die Bänke - mit und ohne Rückenlehne - eine weiche Polsterauflage und ergänzen Küche und Essbereich um ein wohnliches Highlight. Bei Sofas geht der Trend zur bodenfernen Plattform, die Polster auf ein höheres Niveau hebt, sowie zur Individualisierung und Verstellbarkeit. Auch integrierte Beistelltische sind ein Thema.

Grenzenloser Wohnen

Die Anforderungen ans Wohnen verändern sich derzeit rasant. Mehr anspruchsvolle Single-Wohnungen bei knappem Raumangebot und ein Lifestyle, der Freiheit von Konventionen auch bei der Einrichtung sucht, verstärken den Trend zu großzügigen Einraum-Wohnungen mit Loft-Feeling. Dazu kommen je nach Bedarf ein bis zwei Schlaf- oder Arbeitszimmer. Das Ineinanderfließen der Räume führt zu einem Bedarf an multifunktionalen Möbeln, die Wohnbereiche markieren oder solche voneinander abgrenzen. Küche und Wohnen verschmelzen, das Bad bleibt eher separat - wenn auch, zumindest im Hochpreisbereich, gerne „en suite“ und ein bisschen größer. Statt separater Zimmer zeigen moderne Wohnungen ein offenes Raumgefüge, und kleinteilige Altbauten werden durch das Entfernen von Wänden „durchgelüftet“. Wintergärten und ausgebaute Dachgeschosse erschließen helle Räume, und großzügige, idealerweise schwellenlos zu öffnenden Fensterfronten erweitern den Raum auch optisch nach außen.

Bis auf Einbauschränke sind hier überwiegend Solitärmöbel angesagt - durchgängige Kollektionen und Schrankwände im Wohnzimmer beschweren das Freiheitsgefühl zu sehr, ein Mix & Match ist besser geeignet. Dafür müssen die Solitäre aber auch gut kombinierbar sein. Die richtige Balance im Design zu finden - eigenständig, aber nicht extrovertiert, gefällig, aber nicht langweilig - ist die Kunst dieser Möbel mit Klassiker-Qualitäten. Multifunktionale Möbel wie etwa Tische, die als Ess- und Arbeitsplatz überzeugen, freistehende Sofas, Schränke, die als Stauraum und Wand fungieren, Raumtrenner, die beidseitig Funktionen ermöglichen (wie etwa den schwenkbaren, von zwei Seiten nutzbaren Bildschirm integrieren), mobile Möbel für Indoor und Outdoor - das sind die Heros für ein grenzenloses Wohnen.

Farbiger Wohnen

Unter den Farbtrends im Interior Design ist Braun sicherlich die mit der stärksten Wirkung, denn sie kann sowohl neutral als auch avantgardistisch eingesetzt werden. Insgesamt sind die Brauntöne für die Gemütlichkeit verantwortlich und daher derzeit sehr populär. Während es zwischen Greige über Taupe bis Mooreiche sehr harmonisch zugeht, können Kombination etwa von Nougat-Braun mit anderen, meist

gedeckten Farben (also nicht pastell oder neon eingesetzten) von Orange bis Türkis auch durchaus mutig sein. Aber ob nun mit Grün, Rosa, Lila oder Braun - mit Farben kommt auch Glamour in die Wohnung. Dunkle, an Art Deco oder die dänische klassische Moderne erinnernde Holztöne mit Gold, Messing oder anderen Metallic-Akzenten auf üppigen Teppichen stehen für Luxus pur. Während sich das Interior Design insgesamt gerne dunkel gibt - über Dunkelgrün und -blau bis hin zu schwarz - bleibt der minimalistische Einrichtungsstil den helleren und natürlicheren Tönen treu. Avantgardisten bekennen sich mit bunt kombinierten Primärfarben zu weißer Grundfarbe zur Bauhaus-Tradition. Doch insgesamt wird die Einrichtungswelt durch eine intensiv eingesetzte Farbigkeit farbiger. Auch die Einfarbigkeit wird zunehmend zugunsten von Mustern aufgegeben.

Dekorativer Wohnen

Wohnen ist heute neben der Kleidung Ausdrucksmittel Nummer 1. Wir sind nicht nur, was wir tragen, sondern auch, wie wir wohnen. Das macht jedes dekorative Element zu einem Statement. Basis für jeden Eyecatcher ist ein Raum zum Wirken. Eine aufgeräumte Optik und dekorative Elemente müssen sich also nicht widersprechen. Lifestyle und Dekoratives wird inszeniert - an den Wänden, in den Textilien, auf dem Boden ... oder auch (gerne beleuchtet) hinter Glas. Jedes Element und jedes Möbel ist gleichzeitig Deko-Element. Bevorzugt werden daher Solitärprodukte vor homogener Einrichtung mit Möbeln einer Kollektion. Leuchten passen sich jedem Einrichtungsstil an und werden zunehmend als optisches Highlight des Raums eingesetzt - was in den 70er-Jahren der rollbare Klapptisch war, ist heute die Designer-Leuchte.

Auch Spiegel werden gerne wie Bilder als Gestaltungselement eingesetzt: Klassiker dabei ist der kreisrunde Spiegel in allen Varianten; dabei werden Spiegel oft grafisch (also stark zweidimensional) umgesetzt und bringen Tiefe in das Zimmer. Als Zement- oder Metro-Fliese mutieren Fliesen vom lahmen Bodendecker zum coolen Highlight an Küchen-Bar, besonderen Wandpartien oder im Entree. An den Wänden sind es klein- wie großformatig gemusterte Tapeten, die einen Raum zum veritablen Kunstwerk machen, auf dem Boden sorgen Teppiche mit geometrischen Mustern, floralen Elementen oder grafischen Spielereien für Akzente - auch hier wieder als Solitärprodukt. Ovale Formen stechen besonders hervor, und unter den Möbeln ist das Sideboard bei weitem das dekorativste: nicht nur als Präsentationsfläche, sondern auch als Typ.

Koelnmesse - Global Competence in Furniture, Interiors and Design: Die Koelnmesse ist der internationale Top-Messeveranstalter für die Themen Einrichten, Wohnen und Leben. Am Messeplatz Köln zählen die Leitmesse imm cologne sowie die Messeformate LivingKitchen, ORGATEC, spoga+gafa, interzum und Kind + Jugend zu etablierten Branchentreffpunkten von Weltrang. Diese Messen bilden umfassend die Segmente Polster- und Kastenmöbel, Küchen, Büromöbel, Outdoor-Living sowie die Innovationen der Möbelzulieferindustrie ab. Das Portfolio hat die Koelnmesse in den vergangenen Jahren gezielt um internationale Messen in den wichtigsten Boom-Märkten der Welt ergänzt. Dazu zählen die idd Shanghai, die interzum bogotá in Bogotá, die interzum guangzhou in Guangzhou und die Pueri Expo in Sao Paulo. Mit ambista, dem Internetportal des Netzwerks der Einrichtungsbranche, bietet die

Koelnmesse ganzjährig direkten Zugang zu relevanten Produkten, Kontakten, Kompetenzen und Events.

Seite
6/6

Weitere Infos: www.global-competence.net/interiors/
Weitere Infos zu ambista: www.ambista.com

Die nächsten Veranstaltungen:

imm cologne - THE INTERIOR BUSINESS EVENT (Publikumstage Freitag, Samstag und Sonntag), Köln 13.01. - 19.01.2020

ZOW - ZULIEFERMESSE FÜR MÖBELINDUSTRIE UND INNENAUSBAU, Bad Salzuflen
04.02. - 06.02.2020

interzum guangzhou - Asiens führende Fachmesse für Holzverarbeitungsmaschinen, Möbelfertigung und Raumgestaltung, Guangzhou 28.03. - 31.03.2020

Anmerkung für die Redaktion:

Presseinformationen als auch Fotomaterial der imm cologne finden Sie im Internet unter www.imm-cologne.de im Bereich „News“.

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

imm cologne bei Facebook:

<https://www.facebook.com/imm-cologne>

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Markus Majerus
Kommunikationsmanager

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: +49 221 821-2627
Telefax: +49 221 821-3544
m.majerus@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Sie erhalten diese Nachricht als Bezieher der Pressemitteilungen der Koelnmesse.
Falls Sie auf unseren Service verzichten möchten, antworten Sie bitte auf diese Mail mit dem Betreff "unsubscribe".



Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung
Koelnmesse GmbH



Thomas Grothkopp, Hauptgeschäftsführer
BVDM - Handelsverband Möbel und Küchen



Jan Kurth, Geschäftsführer
VDM - Verband der Deutschen Möbelindustrie e. V.