

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.