

**Jan Kurth, Geschäftsführer der Verbände der deutschen Möbelindustrie
(VDM/VHK), erklärt am 19. August 2022 zur wirtschaftlichen
Situation der Branche:**

**Volatile Zeiten für die deutsche Möbelindustrie
Umsatz legt im ersten Halbjahr 2022 um 13,4 Prozent zu
Herausforderungen in der zweiten Jahreshälfte
Prognose 2022: Umsatzplus von 6 bis 8 Prozent**

...

Die Zeiten bleiben unsicher und außergewöhnlich herausfordernd – auch für die deutsche Möbelindustrie. Die Achterbahnfahrt für unsere Branche geht weiter: Seit Beginn der Pandemie verzeichnen unsere Hersteller eine höchst volatile Geschäftsentwicklung. Dem Corona-Schock im Frühjahr 2020 folgte eine überraschend schnelle Erholung, die allerdings durch den drastischen Materialmangel im Verlauf des Jahres 2021 ausgebremst wurde. Die Verteuerung nahezu aller Vorprodukte wurde zur großen Belastung für unsere Branche; insbesondere auch deshalb, weil die drastischen Kostensteigerungen entweder nicht vollständig oder aber nur zeitversetzt weitergegeben werden konnten bzw. können.

Achterbahnfahrt geht weiter

Durch den Ausbruch des Ukraine-Kriegs verschärfen sich die Störungen in den Lieferketten weiter. Aktuell scheint sich die Materialverfügbarkeit in vielen Bereichen zwar wieder etwas stabilisiert zu haben, wie unsere verbandsinternen Umfragen zeigen. Auch haben sich die Lieferzeiten in der Folge wieder etwas verkürzt. Die Versorgungslage – etwa

im Bereich Massivholz – bleibt allerdings weiter angespannt, die Lieferketten sind nach wie vor fragil. Und: Der Preisanstieg bei Vorprodukten und Energie setzt sich fort. So lagen beispielsweise die Erzeugerpreise für Holzwerkstoffe, als eine der Hauptkomponenten für Küchen- und Kastenmöbel, nach amtlicher Statistik im Juni 2022 um 46,4 Prozent über dem Vorjahresmonat und auch für das zweite Halbjahr 2022 wurden bereits weitere Steigerungen umgesetzt bzw. angekündigt. Entspannung sieht anders aus, und für die Unternehmen bleibt die Weitergabe dieser Belastungen in der Kette existenziell.

Vormaterialien verteuern sich weiter

Dazu kommen eine ganze Reihe weiterer Herausforderungen – darunter das schwache Konsumklima, die Sommerzeit mit Hitze und allgemeiner Reiselust, die Inflation und die steigenden Energiepreise –, die im Ausblick näher beleuchtet werden. Eine wilde Mischung unterschiedlicher Einflussfaktoren, die täglich in der öffentlichen Debatte für weitere Verunsicherung sorgen. Wir glauben jedoch fest an die hohe Bedeutung unserer Produkte für die Verbraucher. Die Nachfrageabschwächung im Juni und Juli ist unserer Einschätzung nach auch dem großen Nachholbedürfnis in Sachen Urlaub geschuldet. Im Herbst wird der Fokus auf das eigene Zuhause wieder stärker werden – dann rechnen wir erneut mit positiven Impulsen für unsere Branche.

Große Herausforderungen

Im ersten Halbjahr 2022 konnten die deutschen Möbelhersteller ihren Umsatz um 13,4 Prozent auf rund 9,5 Mrd. € steigern. Das Umsatzwachstum spiegelt dabei vor allem die gestiegenen Materialkosten wider. Das mengenmäßige Wachstum fiel deutlich geringer aus als das Umsatzwachstum. Im Monat Juni zeigte sich unterdessen mit einem Umsatzplus von 4,3 Prozent eine abgeschwächte Dynamik.

Umsatz wächst im ersten Halbjahr um 13,4 Prozent

Im ersten Halbjahr 2022 entwickelte sich der Inlandsumsatz vor dem Hintergrund der guten

Nachfrage im Winter und angesichts der hohen Auftragsbestände Ende 2021 mit plus 13,8 Prozent positiv. Auch der Auslandsumsatz der deutschen Möbelindustrie konnte in der ersten Jahreshälfte 2022 mit plus 12,6 Prozent zulegen, allerdings war das Wachstum etwas niedriger als im Inland. Während sich die Auslandsumsätze bis Ende Februar noch deutlich dynamischer entwickelten als die Inlandsumsätze, drehte sich der Trend seit März angesichts der negativen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine und der stark gestiegenen Transport- und Logistikkosten wieder um. Bei der Bewertung der aktuellen Ergebnisse muss auch auf die Vorjahreswerte verwiesen werden – die Umsätze der deutschen Möbelhersteller legten im ersten Halbjahr 2021 um insgesamt 4,1 Prozent zu. Der Inlandsumsatz stieg damals um 1,1 Prozent und der Auslandsumsatz um 10,7 Prozent. Die aktuellen Umsätze deutscher Möbelhersteller bewegen sich sowohl im Inland als auch im Ausland deutlich über dem Niveau des Jahres 2019 und somit über den Vergleichswerten vor der Corona-Krise.

Im Hinblick auf die Umsatzentwicklung in der ersten Jahreshälfte 2022 gibt es erhebliche Differenzen zwischen den einzelnen Segmenten der deutschen Möbelindustrie. Nach Angaben der amtlichen Statistik verzeichnete die Küchenmöbelindustrie einen kräftigen Umsatzzanstieg um 12,4 Prozent auf rund 3,2 Mrd. €, sie erwies sich damit erneut als wichtiger Wachstumsmotor der Branche. Den höchsten Umsatzzanstieg registrierten die Hersteller von Polstermöbeln, deren Umsätze von Januar bis Juni 2022 um 19,1 Prozent auf 577 Mio. € zulegen konnten. Auch die Umsatzentwicklung beim größten Segment der Möbelindustrie – den sonstigen Möbeln (darunter Wohn-, Ess- und Schlafzimmernmöbel) sowie Möbelteilen – fiel mit plus 17,1 Prozent auf 3,3 Mrd. € positiver aus als im Branchendurchschnitt. Das kleinste

Plus von 13,8 Prozent auf dem Heimatmarkt

Auslandsumsatz zieht um 12,6 Prozent an

Küchenmöbel sind Wachstumsmotor im ersten Halbjahr

Segment der Branche – die Matratzenindustrie – vermeldete dagegen ein leichtes Umsatzminus in Höhe von 7,1 Prozent auf 336 Mio. €.

Wie bereits im Vorjahr weisen die Konsumgüternahe Segmente der Möbelindustrie einen leicht besseren Konjunkturverlauf auf als die Investitionsgütersegmente. Die Büromöbelindustrie registrierte mit einem Umsatz von rund 1,06 Mrd. € ein Wachstum von 10,9 Prozent. Die Hersteller von Laden- und sonstigen Objektmöbeln lagen um 13 Prozent über dem Vorjahreswert und erzielten einen Umsatz von 968 Mio. €.

Beim Blick auf die einzelnen Exportmärkte zeigt sich folgendes Bild: In den meisten europäischen Ländern legte der Absatz vor dem Hintergrund der Überwindung der negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Krise und des Abbaus der Reisebeschränkungen deutlich zu. Besonders erfreulich und nicht unbedingt zu erwarten ist die Steigerung der Ausfuhren ins Vereinigte Königreich mit einem kräftigen Plus von 17 Prozent. Der britische Markt erlebte nach der Unterzeichnung des Handelsabkommens mit der EU ein fulminantes Comeback und entwickelte sich zum fünftwichtigsten Exportmarkt der deutschen Möbelindustrie. Frankreich belegt nach wie vor Platz eins im Ranking der wichtigsten Exportmärkte mit einem leichten Minus von 2,8 Prozent, gefolgt von der Schweiz mit plus 3 Prozent, Österreich mit minus 3,4 Prozent und den Niederlanden mit plus 11,6 Prozent. Auch in anderen wichtigen europäischen Exportmärkten wie Italien, Spanien, Polen, Tschechien und Norwegen wurde ein deutliches Wachstum verzeichnet.

Die Exportmärkte außerhalb Europas entwickelten sich im bisherigen Jahresverlauf unterschiedlich. Besonders positiv war aus Branchensicht, dass die USA nach der Überwindung der Folgen der Corona-Krise

Konsumgütersegmente entwickeln sich dynamischer

Möbelexporte: Kräftiges Plus in Großbritannien

wieder die Rolle des internationalen Konjunkturmotors im Möbelbereich übernahmen – die deutschen Möbelexporte über den Atlantik kletterten von Januar bis Juni 2022 um stolze 25,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit wies der US-Markt die höchste Steigerungsrate unter den wichtigsten Exportmärkten der deutschen Möbelindustrie auf. Die USA sind der mit Abstand wichtigste Absatzmarkt für Möbel „Made in Germany“ außerhalb Europas, Nordamerika steht daher seit Jahren im Zentrum der Exportaktivitäten der Branche. Neben dem deutschen Gemeinschaftsstand auf der KBIS – der wichtigsten nordamerikanischen Branchenmesse für Küche und Bad – stehen der enge Kontakt mit dem US-Branchenverband NKBA, der regelmäßige Austausch von Delegationen und die Erstellung von Marktstudien zum Möbelmarkt Nordamerika auf dem Programm. Derzeit wird in unserem Auftrag eine Studie zum Onlinevertrieb in Nordamerika erstellt, die im Herbst präsentiert wird.

Exporte in die USA um knapp 26 Prozent über dem Vorjahr

China bleibt zwar auch im Jahr 2022 der zweitwichtigste außereuropäische Exportmarkt für deutsche Möbel, jedoch gingen die deutschen Möbelexporte ins Reich der Mitte im ersten Halbjahr um 10,4 Prozent zurück. Ursächlich hierfür war nicht zuletzt die strenge Null-Covid-Strategie der chinesischen Regierung, die das Wirtschaftswachstum negativ beeinträchtigt und erhebliche Reiseeinschränkungen zur Folge hat.

Niedrigere Ausfuhren nach China

Der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine führte seit Ende Februar dazu, dass viele deutsche Möbelhersteller ihre Geschäftsaktivitäten in Russland ganz oder teilweise einstellten. In der Folge brachen die deutschen Möbelexporte nach Russland im bisherigen Jahresverlauf um 29 Prozent ein. Dagegen entwickelte sich Saudi-Arabien vor dem Hintergrund der politischen und wirtschaftlichen Öffnung des Landes ausgesprochen positiv (+18,7%), wengleich

Ausfuhren nach Russland eingebrochen

sich die Ausfuhren in das Land noch auf einem relativ niedrigen Niveau bewegten.

Die Industrieexportquote – dies ist der Anteil der von den heimischen Möbelherstellern direkt ins Ausland gelieferten Ware am Gesamtumsatz der Branche – lag im ersten Halbjahr 2022 infolge des höheren Wachstums des Inlandsmarktes bei 33 Prozent und damit geringfügig unter dem Niveau des Vorjahres. Im ersten Halbjahr 2021 betrug der entsprechende Wert noch 33,2 Prozent (Gesamtjahr 2021: 32,3%). Trotz dieser leichten Schwankungen setzt sich der Trend der vergangenen zwei Jahrzehnte fort, denn seit der Jahrtausendwende konnte die Exportquote mehr als verdoppelt werden. Die Steuerung und die Unterstützung der Exportaktivitäten bleiben für die deutsche Möbelindustrie trotz der negativen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine ganz oben auf der Tagesordnung.

Exportquote: 33 Prozent

Die internationalen Möbelmessen sind für das erfolgreiche Exportgeschäft heimischer Möbelhersteller von herausragender Bedeutung. Im ersten Halbjahr 2022 liefen die internationalen Messeaktivitäten nach der Pandemie bedingten Unterbrechung wieder an. Es wurden erfolgreich deutsche Gemeinschaftsbeteiligungen an der KBIS in Orlando/USA im Februar 2022 und an der Middle East Design & Hospitality Week in Dubai/VAE im Mai 2022 durchgeführt. Im Jahr 2023 planen die Möbelverbände insgesamt sieben German Pavilions auf wichtigen Auslandsmessen in den USA, Schweden, China, Japan und in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Internationale Messen sind wieder angelaufen

Die deutschen Möbelimporte legten im ersten Halbjahr 2022 kräftig um 13,5 Prozent auf 5,8 Mrd. € zu. Die Dynamik in den einzelnen Ländern zeigte sich jedoch sehr uneinheitlich: Mit einem Zuwachs von 24,1 Prozent auf knapp 1,9 Mrd. € stiegen die Einfuhren aus China überdurchschnittlich stark.

Allerdings lag das Wachstum des Importwerts überwiegend an der deutlichen Verteuerung von Möbeln aus chinesischer Produktion – die Importmenge ging im gleichen Zeitraum um 8,6 Prozent zurück. In Bezug auf den Importwert baut China seine Position als wichtigstes Möbelherkunftsland vor Polen (+10,6%) weiter aus. Der Anteil Polens an den Gesamtimporten ging auf 26,2 Prozent zurück. Die Importe aus dem drittplatzierten Italien reduzierten sich leicht um 0,5 Prozent. Die Einfuhren aus Vietnam (+31,9%), der Türkei (+80,4%) und Litauen (+19,2%) stiegen deutlich, während die Einfuhren aus der Ukraine (-18,8%) und Belarus (-25,2%) vor allem aufgrund des andauernden Krieges rückläufig waren.

China steigert Importwert bei rückläufigen Mengen

Hier noch ein Blick auf die Beschäftigtendaten der Branche: In den aktuell 451 Betrieben mit mehr als 50 Beschäftigten (-1,5% bis Juni) arbeiten 78.712 Beschäftigte, damit liegen wir geringfügig um 0,2 Prozent unter dem Niveau des Vorjahres. Trotz der negativen Auswirkungen des Ukraine-Kriegs konnte somit die Beschäftigung in der Branche bislang konstant gehalten werden.

Beschäftigtenzahl stabil

Bei der aktuellen Auftragslage liegen Licht und Schatten dicht beieinander. Nach internen Erhebungen der Fachverbände stieg zwar der Auftragseingang in der deutschen Küchenmöbelindustrie in den ersten sieben Monaten 2022 um 15,5 Prozent, in der Wohnmöbelindustrie um 12,1 Prozent und in der Polstermöbelindustrie sogar um 25,3 Prozent. Damit wurde ein Auftragspolster geschaffen, welches weit ins zweite Halbjahr reichen dürfte. Die Unterschiede zwischen dem Auftragseingang und Umsatz sind vor allem auf das zeitliche Auseinanderfallen zurückzuführen. Ein weiterer Grund ist die Einbeziehung der ausländischen Produktionsstätten deutscher Hersteller sowie der deutschen

Auftragspolster vorhanden

Vertriebsgesellschaften ausländischer Hersteller, die von der amtlichen Statistik nicht erfasst werden.

Sorgen bereitet den Möbelherstellern jedoch die Nachfrageentwicklung in den Monaten Juni und Juli, von der unserer Einschätzung nach vor allem das untere Preissegment – sowohl im stationären Handel wie auch im Onlinehandel – betroffen ist. Der Auftragseingang brach im Juli deutlich ein: Die entsprechenden Werte lagen in der Küchenmöbelindustrie um 6,7 Prozent im Minus, in der Wohnmöbelindustrie gingen sie um fast 35 Prozent und in der Polstermöbelindustrie sogar um 38,3 Prozent zurück. Bei diesem Rückgang des Auftragseingangs spielt auch die Reiselust unserer Ansicht nach eine Rolle. Nach den pandemiebedingten Einschränkungen in den beiden Vorjahren steht das Thema Urlaub in diesem Sommer auf der Prioritätenliste vieler Verbraucher ganz oben.

Es zeichnet sich ab, dass das zweite Halbjahr für unsere Branche schwieriger werden wird als die ersten sechs Monate. Die höheren Preise für Lebensmittel und Energie, die drohende Gasknappheit sowie die Unsicherheiten über den weiteren Verlauf des Ukraine-Kriegs und die Entwicklung der Pandemie drücken auf die Stimmung der Bevölkerung. Die täglich neuen Meldungen über drohende Belastungen und Unsicherheiten über staatlich gewährte Entlastungen trüben die Verbraucherstimmung weiter ein. Wenig erfreulich sind auch die Meldungen aus dem Wohnungsbau. Die höheren Bauzinsen erschweren für Bauherren die Finanzierung ihres Hausbaus deutlich, zudem sinken die Baugenehmigungszahlen.

Als größte Herausforderungen benennen unsere Hersteller in einer aktuellen Verbandsumfrage den Anstieg der Materialkosten und die Lieferfähigkeit der Vorlieferanten. Als besonders problematisch bei

Schwacher Auftragseingang im Juli

Schwierigeres zweites Halbjahr

der Beschaffung erweisen sich den befragten Unternehmen zufolge derzeit die Regionen Asien und Osteuropa, was auf die Folgen der Corona-Lockdowns in China und des Ukraine-Krieges zurückzuführen ist. Vor dem Hintergrund der Lieferkettenproblematik streben knapp 60 Prozent der befragten Firmen eine stärkere Diversifizierung ihrer Beschaffung an. Dabei soll insbesondere der Einkauf auf dem Heimatmarkt und innerhalb der Europäischen Union ausgedehnt werden.

Als herausfordernd werden laut der Umfrage zudem die Energieversorgung und die steigenden Energiekosten eingeschätzt. Sollte es zu einer Gasknappheit kommen, könnte die deutsche Möbelindustrie im Hinblick auf Vorprodukte betroffen sein, für deren Herstellung gasintensive Erzeugnisse aus der Chemieindustrie benötigt werden. Beim Thema Heizen wiederum ist unsere Branche wenig tangiert, da die Heizenergie bei unseren Herstellern in der Regel durch das Verbrennen von Holzabfällen aus der eigenen Produktion erzeugt wird. Dazu kommen die „Dauer-Baustellen“ Fachkräftemangel und knappe Logistikkapazitäten infolge des Fahrermangels.

Auch bei unbestritten schwierigen Rahmenbedingungen sind wir zuversichtlich, dass die Themen Wohnen und Einrichten bei den Verbrauchern weiter im Fokus bleiben. Das eigene Zuhause bleibt ein sicherer Rückzugsort in unsicheren Zeiten und nach dem heißen Urlaubssommer kommt mit dem Herbst der erneute Rückzug in die eigenen vier Wände. Vor diesem Hintergrund erwarten wir im Gesamtjahr 2022 für die deutsche Möbelindustrie eine leicht rückläufige Mengenentwicklung und einen Umsatzanstieg von 6 bis 8 Prozent aufgrund von Preiseffekten. Im Februar – noch vor Ausbruch des Ukraine-Kriegs – hatten wir einen Umsatzzuwachs von rund 10 Prozent vorhergesagt.

Stärkere Diversifizierung in der Beschaffung

Heizenergie aus Holzabfällen

Das Zuhause bleibt ein sicherer Rückzugsort in unsicheren Zeiten

Prognose 2022: Umsatz steigt um 6 bis 8 Prozent

Weitere Wachstumspotenziale bieten sich unserer Industrie besonders im Auslandsgeschäft. Eine wichtige Plattform für die Exportaktivitäten stellt die imm cologne dar. Das Aushängeschild unserer Branche ist für Geschäftsabschlüsse, das Knüpfen neuer Geschäftsbeziehungen und als Kommunikationsanker unverzichtbar. Wir freuen uns schon auf den Re-Start im kommenden Jahr.

**Re-Start der imm cologne im
kommenden Jahr**