

1 Hochwertiger Materialmix mit edler Farbkombination: Tetrad-Deutschland-Vertriebschef Michael Narr sitzt auf einem Modell der „Heritage“-Kollektion. 2 Auch das „Alnwick“-Grand-Sofa von Tetrad sorgte für Aufmerksamkeit.



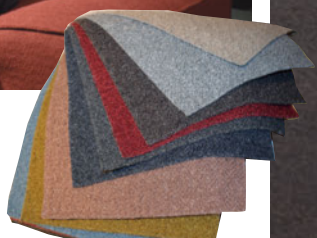
3 Dezent und stoffbezogen – Het Anker zeigte nicht nur Leder-Garnituren. 4 Die Mintjens Group will mit der neuen „Caress“-Kastenmöbel-Kollektion durchstarten. 5 Joli sieht „Low Dining“ als Trend im Wohn- und Outdoor-Segment. 6 Easy-Sofa-Designer Jean-Claude Gertschen und Geschäftsführer Lex van Verseveld zeigten dicke und stark strukturierte Polster-Kollektionen für die Fläche.



Brüsseler Möbelmesse: 12.000 ausländische Besucher

# Trendstärker und internationaler

Über 18.000 Besucher aus 40 Ländern reisten vom 4. bis 7. November nach Brüssel, um sich dort über aktuelle Möbeltrends zu informieren und neue Produkte zu ordern. Das Messe-Angebot richtet sich immer deutlicher an den europäischen Markt. Nur noch 35 Prozent der Gäste stammen aus dem Inland.







7 Tommy M feierte Premiere und setzte dabei ganz auf edles Leder.  
8 „MySons“ heißt die Eigenmarke der Niwie Furniture Group, die u. a. den „Starr“-Beistelltisch umfasst.  
9 + 10 Revor setzte den Newcomer „Fred“ sowie die aktuelle Boxspring-Kollektion in Szene.



11 WR Inspired freute sich über internationales Publikum und beeindruckte mit der goldenen Spiegel-Kollektion.  
12 Ein weiterer Newcomer in Brüssel war der Outdoor-Spezialist Hartman. Das Unternehmen sucht für die „My name is Julia ...“-Kunststoff-Indoor-Kollektion neue Vertriebspartner.



Fotos: Tetrad, Niwie Furniture Group, Möbelkultur

Mit dem Atomium in Sichtweite öffnete die Brüsseler Möbelmesse am 4. November ihre Tore und begrüßte bis einschließlich 7. November 18.339 Fachbesucher aus 40 Ländern, darunter aus neun außereuropäischen. Insgesamt reisten 11.912 internationale Gäste nach Brüssel, das bedeutet ein Plus von 2,65 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2017: 11.604). Auch viele der 268 Aussteller, die aus 24 Ländern nach Brüssel kamen, freuten sich über neue Kontakte aus fernen Ländern wie Ägypten oder Tunesien. Trotzdem ging die Gesamtbesucherzahl leicht zurück (-1,76 Prozent), was vor allem auf die geringe Frequenz aus Belgien zurückzuführen ist.

Die traditionell stärkste Besuchergruppe verzeichnete ein Minus von neun Prozent, sodass über 600 einheimische Besucher im Vergleich zu 2017 auf der Messe fehlten. Den Grund hierfür sehen die Veranstalter vor allem in den schlechten Verkaufszahlen zu Jahresbeginn und den vielen Schließungen auf dem belgischen Markt. Aus Deutschland, Österreich und der Schweiz waren ebenfalls weniger Besucher vertreten (-8,31 Prozent). Ein Umstand, der gewiss ähnliche Ursachen hat. Zum wichtigsten Frequenzlieferanten entwickelten sich die Niederländer mit 5.105 Gästen (+5,98 Prozent), die somit einen Anteil von 30 Prozent am gesamten Besucheraufkommen für sich beanspruchten. Der Anteil der Belgier lag trotz des starken Rückgangs mit 35 Prozent noch immer leicht vor den holländischen Nachbarn. Es folgten die Franzosen, die mit 2.638 Möbel-Fachleuten in Brüssel anreisten (+ 0,7 Prozent).

Wie diese Zahlen belegen, entwickelt sich die Brüsseler Möbelmesse immer mehr zu einer internationalen Branchenplattform, denn die Holländer könnten die Belgier im Besucheraufkommen schon bald eingeholt haben. Auch die Menge der belgischen Aussteller ist mit 99 Herstellern (2017: 105) leicht gesunken. Diejenigen, die ihre Neuheiten in Brüssel zeigten, sind stark exportorientiert. Mit 75 Unternehmen (+8) behaupteten sich die Niederländer als stärkste ausländische Delegation unter den Ausstellern. Auch Italien war mit 19 Präsentationen gut vertreten. Aus Deutschland reisten

14 Hersteller in die europäische Hauptstadt (-6), darunter Rauch, Himolla, Wiemann, Polipol, Hukla und K+W – genauso viele wie aus Frankreich (+3). Insgesamt stellten 268 Unternehmen ihre Neuheiten auf der Brüsseler Möbelmesse vor, 76 davon feierten Premiere.

Obwohl die geringe Besucherfrequenz in den üblichen sieben Hallen zu spüren war, zeigten sich viele Aussteller positiv gestimmt: „Wir sind sehr zufrieden“, bestätigte beispielsweise Nancy Mayer von Revor. Der Bettenhersteller zeigte in Halle 6 den Newcomer „Fred“ (dänisch: „Ruhe“). „Das Lattenrost ist ein Stand-alone, d.h. der Endverbraucher benötigt kein Bettgestell. Es gibt verschiedene Härtegrade. Wird eine Latte bewegt, passt sich die übrige Fläche automatisch an“, so die Account-Managerin. Das Fazit: „Die Kunden sind begeistert!“ Gute Stimmung herrschte auch beim niederländischen Polstergiganten Easy Sofa in Halle 3. „Viele unserer niederländischen Stammkunden waren schon da“, verriet Easy-Sofa-Designer Jean-Claude Gertschen. Deutsche Fachbesucher seien jedoch spärlich gesät. Stattdessen wären gute Gespräche mit Franzosen zustande gekommen. Garnituren überzogen mit Velvet-Stoff – vorzugsweise in Used-Optik – sind bei Easy Sofa derzeit besonders gefragt, und auch dicke Stoffbezüge mit starker Struktur kommen gut an. Ebenfalls in Halle 3 testete der deutsche Polsterspezialist Tommy M erstmals das Brüsseler Messeformat: „Der Benelux-Markt ist traditionell wichtig, deshalb haben wir uns für eine Teilnahme entschieden“, erklärte Geschäftsführer Thomas Machalke, der sich aber am Montagmorgen noch ein bisschen mehr Frequenz gewünscht hätte.

Bei der belgischen Firma Jolie, die in Deutschland gerade Vertriebspartner sucht, werden alle Produkte für In- und Outdoor konzipiert. Das Thema „Low Dining“ liegt laut Geschäftsführer Bruno Lippens momentan für beide Wohnbereiche im Trend. Dazu hat er auch eine eigene Kollektion auf den Markt gebracht. „Deutschland gehört zu unseren Top-3-Exportländern, aber wir arbeiten nur direkt mit den Händlern zusammen und machen keine Verbandsgeschäfte.“

Belgische Möbelindustrie: Gesamtumsätze bleiben rückläufig

## Küchen und Matratzen im Plus

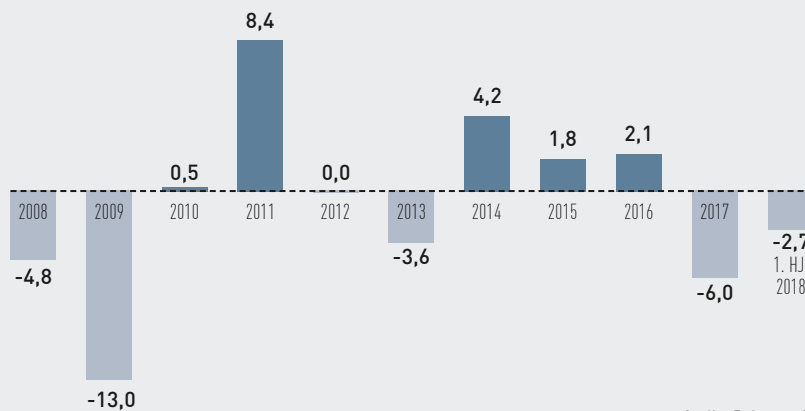
Die belgische Holz- und Möbelindustrie besteht aus 807 Betrieben und beschäftigt insgesamt 10.784 Mitarbeiter. Vergangenes Jahr war der Umsatz erstmals dramatisch um sechs Prozent eingebrochen und auch im ersten Halbjahr 2018 konnte sich der Markt nur langsam erholen. Mit einem Minus von 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum lagen die Gesamterlöse bei rund einer Milliarde Euro. Die starken Verluste im Wohnungs-, Büro- und Geschäftsmöbelsegment 2017 (Wohnungsmöbel: -7,7 Prozent; Büro- und Geschäftsmöbel: -8,4 Prozent) konnten nur leicht ausgebremst werden und lagen zur ersten Jahreshälfte 2018 bei -5,6 bzw. -2,7 Prozent. Der rückläufige Zulauf im belgischen Möbelhandel, der nach wie vor ein wichtiger Absatzmarkt für zahlreiche belgische Hersteller bleibt, spielt in Kombination mit einer veränderten Ausgabenstruktur der Endverbraucher eine Rolle. Positive Entwicklungen gab es allein im Bereich der Küchenmöbel sowie im Matratzen- und Lattenrostsegment. Hier kletterten die Umsätze im Vorjahresvergleich um 2,5 bzw. 0,1 Prozent auf 210,8 bzw. 198,7 Mio. Euro.

Das Investitionsvolumen ist mit +19,9 Prozent auf 52 Mio. Euro angezogen und auch die Auslastung der Produktionskapazität hält

sich in den ersten sechs Monaten 2018 mit 80 Prozent verhältnismäßig stabil (Vorjahreszeitraum: 75 Prozent). Dank der guten Performance in den Nachbarländern (Ausnahme: UK) waren die Exporte der belgischen Möbelindustrie im Krisenjahr 2017 um fünf Prozent nach oben geklettert. Im Vergleich zur Vorjahreszeit kam es hier in der ersten Jahreshälfte 2018 zu einem leichten Rückgang um 0,3 Prozent. Insgesamt exportierte Belgien Möbel im Wert von 125 Mio. Euro. Der traditionell wichtigste, ausländische Absatzmarkt Frankreich verzeichnete einen deutlichen Rückgang um 2,7 Prozent, der Anteil am Gesamtvolumen liegt damit bei 40,6 Prozent. Durch die besseren Ergebnisse in den Niederlanden konnte das Land seinen Anteil auf knapp 30 Prozent steigern. Das Gewicht Deutschlands fällt auf 8,4 Prozent. Im Vergleich zu den ersten sechs Monaten 2017 sind die Exporte nach Deutschland um 5,8 Prozent auf 60.905 Mio. Euro gesunken (2017: 64.664). Auch bei der Einfuhr nach Belgien ist ein Rückgang (-2,8 Prozent) festzustellen. Die Importe aus der EU fielen um 1,7 Prozent auf 822 Mio. Euro. Das entspricht einem Anteil von 71,3 Prozent. Die Möbel aus der EU stammten zumeist aus Deutschland, den Niederlanden oder Polen.

### Wachstumsraten des Umsatzes in der Möbelindustrie

Im Vergleich zum Krisenjahr 2017 sind die Umsätze der belgischen Möbelindustrie im ersten Halbjahr 2018 erneut um 2,7 Prozent gesunken.



Quelle: Fedustria, Grafik: möbel kultur

#### Entwicklung des Umsatzes in der Möbelindustrie nach Produktgruppen

in Mio. EUR	Umsatzentwicklung						Erzeugerpreise
	2016	2017	'17/'16	1. HJ 2017	1. HJ 2018	1. HJ'18/'17	1. HJ'18/'17
Stühle, Sitzmöbel, Wohnzimmer-, Esszimmer-, Schlafzimmer-, Garten- und Terrassenmöbel	1.086,4	1.002,7	-7,7 %	546,9	546,1	-5,6 %	+0,9 %
Büro- und Ladenmöbel	381,8	349,6	-8,4 %	177,2	172,5	-5,7 %	+3,0 %
Küchenmöbel	413,7	399,4	-3,5 %	205,6	210,8	+2,5 %	+0,4 %
Matratzen und Lattenroste	398,3	392,3	-1,5 %	198,5	198,7	+0,1 %	+3,7 %
<b>Möbelindustrie gesamt</b>	<b>2.280,2</b>	<b>2.144,0</b>	<b>-6,0 %</b>	<b>1.128,2</b>	<b>1.098,1</b>	<b>-2,7 %</b>	<b>+1,9 %</b>

Ein echter Eyecatcher sind die Produkte der „Mulberry Home Fabrics“-Kollektion von Tetrade. Dort trifft samtige Haptik auf extravagante Muster. Auch die „Harris Tweed“-Polsterserie in Anlehnung an den klassischen Mode-Stoff ist etwas ganz Besonderes. „Aber mein persönlicher Favorit sind die ‚Heritage-Modelle‘“, verriet Deutschland-Vertriebschef Michael Narr. Hierzulande ist Tetrade vor allem in Lifestyle-Häusern wie der Wohnfabrik oder Kare Kraftwerk vertreten. Die Produkte des Niederländers Het Anker, der neben den klassischen Leder-Garnituren mittlerweile ein Drittel seines Umsatzes mit stoffbezogenen Polstern erwirtschaftet, zeichnet sich ebenfalls durch viel Wiedererkennungswert aus. „In Deutschland laufen die hochwertigen Leder-Garnituren nach wie vor besser“, räumt Michael Narr ein, der dort den Vertrieb in Süddeutschland verantwortet. Das Stuhl-Programm „Lara“, das vor zwei Jahren eingeführt wurde, entwickelte sich aber auch sehr gut.

Im Wohnmöbelbereich waren beispielsweise die Niwie Furniture Group (ebenfalls aus den Niederlanden), die sich momentan verstärkt auf Deutschland konzentrieren will, sowie die belgische Mintjens Group gut aufgestellt. „Wir haben viele französische Kunden getroffen, sind aber auch in Asien stark vertreten“, berichtete Deutschland-Vertriebschef Volker Schrader. Die aktuelle „Caress“-Kollektion greift das Kernanliegen des Herstellers auf und das sind „geschlossene Kastmöbel mit Stauraumfunktion“, so Schrader. Für die Produktion der eleganten, femininen Serie werden ausschließlich ökologische Materialien verwendet.

Neben dem Aspekt der Nachhaltigkeit standen Themen wie „Small Living“, Digitalisierung oder die zunehmende Bedeutung des Objektgeschäfts bei vielen Herstellern im Fokus und wurden auch im Vorfeld als Trends genannt, die den europäischen Möbelhandel derzeit beschäftigen. „Es war eine gute Edition, auf der es viel Neues zu entdecken gab“, resümierte Lieven Van den Heede, Geschäftsleiter der Brüsseler Möbelmesse.

SARAH SCHÄDLER

www.moebelmessebruessel.be