

Dirk-Uwe Klaas, Hauptgeschäftsführer des Hauptverbandes der Deutschen Holz und Kunststoffe verarbeitenden Industrie e. V. und des Verbandes der Deutschen Möbelindustrie e.V., erklärt anlässlich der Jahres-Wirtschaftspressekonferenz am 1. September 2004 in Köln:

---

## **Holz- und Möbelindustrie mit Umsatzsteigerung Möbel legen dank Exportstärke um 1,5 Prozent zu Küchentheken, quadratische Tische und größere Sofas beliebt**

Die Konjunktur in Deutschland hat sich in diesem Sommer doch noch aufgehellt. Fast sämtliche Wirtschaftsforschungsinstitute haben in den vergangenen Monaten ihre Wachstumsprognosen sowohl für dieses als auch für das kommende Jahr erhöht. Jetzt muss dem „gefühlten“ Aufschwung ein real wirtschaftlicher folgen.

Auch in der deutschen Holz- und Möbelindustrie gibt es erste positive Meldungen, die Anlass zu vorsichtigem Optimismus geben. Nahezu die gesamte Holzbranche weist mittlerweile mehr oder weniger deutliche Pluszeichen auf. Und der Abwärtstrend der Möbelindustrie ist zumindest gestoppt. Nach Jahren schmerzhafter Konsolidierung geht es erstmals wieder leicht aufwärts.

Für die gesamte Holzindustrie stieg der Umsatz in den ersten sechs Monaten 2004 um insgesamt 4 Prozent. Während die gesamte Holzbranche im gleichen Vorjahreszeitraum noch 17,7 Mrd. Euro Umsatz erzielte, konnten wir von Januar bis Juni 2004 bereits 18,4

***Holz: Deutliche Pluszeichen***

***Möbel: Abwärtstrend gestoppt***

***Gesamtbranche: 4 Prozent***

***Umsatzplus im ersten Halbjahr***

Mrd. Euro umsetzen – ein Plus von 0,7 Mrd. Euro.

Diese positiven Impulse wirken sich nunmehr auch auf die Beschäftigungssituation aus. So hat sich der Stellenabbau in der deutschen Holz- und Möbelindustrie im 1. Halbjahr 2004 merklich verlangsamt: von Januar bis Juni ist die Zahl der Stellen branchenweit um rund 2.000 auf jetzt 225.000 zurück gegangen. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren rund 7.000 Arbeitsplätze verloren gegangen. Es sind vor allem die Schwierigkeiten der vergangenen Jahre, die sich mit Verzögerung noch immer auf die Beschäftigung auswirken. Aktuell zählt die Branchenstatistik 2.823 Industriebetriebe, das sind 30 weniger als zu Jahresbeginn.

Betrachten wir die beiden großen Teilsparten unserer Branche, die Möbelindustrie und das Holzgewerbe, im Einzelnen.

Die Möbelindustrie – das wichtigste Standbein unseres Industriezweiges – lag mit einem Umsatz von 10,1 Mrd. Euro bis Ende Juni um 1,5 Prozent über dem Vorjahreswert.

Ein Blick auf die Teilsparten der Möbelindustrie ergibt für das erste Halbjahr 2004 folgendes Bild: Die deutsche Küchenmöbelindustrie entwickelt sich erfreulich positiv. Angetrieben von einem leichten Inlandsimpuls durch eine verstärkte Bautätigkeit im Einfamilienhausbau und einem starken Auslandsimpuls durch Erfolge im Exportgeschäft legte der Umsatz zwischen Januar und Juni 2004 um 4,4 Pro-

### ***Stellenabbau verlangsamt***

***Möbelindustrie: 1,5 Prozent  
Umsatzplus im 1. Halbjahr***

***Küchenmöbel  
über den Erwartungen***

zent auf insgesamt 1,7 Mrd. Euro zu. Bei den Sitzmöbeln weist die amtliche Statistik ein Plus von 3,9 Prozent aus. Dies verschleiert aber die tatsächliche Entwicklung der Polstermöbelindustrie, denn in dieser Berechnung sind auch die Autositze enthalten, die nichts mit Möbeln zu tun haben. Um 2 Prozent zulegen konnten die Hersteller von Matratzen.

Die in den vergangenen zwei Jahren stark gebeutelten Hersteller von Wohn-, Ess- und Schlafzimmernmöbeln konnten ihr Geschäft stabilisieren und liegen bei einem leichten Umsatzminus von 0,8 Prozent. Die Büro- und Ladenmöbel liegen mit 5,5 Prozent am stärksten im Minus.

Das Auslandsgeschäft gewinnt deutlich an Fahrt. In den ersten sechs Monaten des laufenden Jahres stiegen die Ausfuhren deutscher Möbel um 5,8 Prozent gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Insgesamt konnte ein Exportvolumen von 2,6 Mrd. € erzielt werden und damit 144 Mio. € mehr als im Vorjahreszeitraum.

Was sind die aktuellen Exportschlager? An erster Stelle sind hier die Küchen zu nennen, die um 8,6 Prozent zulegen konnten. Hier zeigen die intensiven Exportbemühungen unserer Hersteller gute Erfolge – die hohe deutsche Qualität wird weltweit hoch geschätzt. Besonders bei den Küchen zählt es sich aus, dass wir über namhafte Marken mit hohem Bekanntheitsgrad verfügen. Ebenfalls gefragt sind Sitzmöbel mit einem Exportzuwachs von 4,9 Prozent. Weltweit kocht und

***Geschäft mit Kastenmöbeln  
stabilisiert***

***Möbelexport  
gewinnt an Dynamik***

***Küchen und Sitzmöbel  
besonders gefragt***

sitzt man also gerne deutsch. Wohn-, Ess- und Schlafzimmermöbel sind mit 0,6 Prozent im Plus, Büromöbel verlieren hingegen 2,3 Prozent. Hauptexportländer sind für uns die Nachbarn Niederlande, Schweiz, Österreich und Frankreich. Die größten Steigerungen gab es in Belgien mit plus 33 Prozent und in Schweden mit plus 29 Prozent.

Die zunehmenden Auslandserfolge lassen die Exportquote auf mittlerweile 26,4 Prozent steigen. Innerhalb der vergangenen acht Jahre hat sich die Exportquote damit verdoppelt, denn 1996 lag sie noch bei 13,6 Prozent.

***Exportquote jetzt bei  
26,4 Prozent***

Seit zwei Jahren geht erstmals auch das Außenhandelsdefizit zurück. Da die Importe im 1. Halbjahr 2004 nur um 2,2 Prozent zulegten, sank der Importüberschuss um 6,2 Prozent auf 988 Mio. € im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Allerdings geben die rasant steigenden Einfuhren aus Asien zunehmend Anlass zu Besorgnis. Zwischen Januar und Juni 2004 kamen alleine aus China knapp ein Drittel (32,6 Prozent) mehr Möbel als noch vor einem Jahr. China ist inzwischen nach Polen, Italien und der Tschechischen Republik das viertwichtigste Importland. Eingeführt werden – vornehmlich aus Osteuropa – in erster Linie Sitzmöbel, worin allerdings eine hohe Anzahl an Re-Importen der ausgelagerten Produktionsstätten deutscher Hersteller enthalten sind.

***Importe legen um  
2,2 Prozent zu***

Zurück in das Inland. Im Holzgewerbe, also bei den Herstellern von Säge-, Platten- und Holzprodukten im baunahen Bereich ist es zu

einer deutlichen Erholung gekommen. In den ersten 6 Monaten stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 7,5 Prozent und damit weit überdurchschnittlich. Der Halbjahresumsatz lag mit 7,8 Mrd. Euro rund 500 Mio. Euro über dem Vorjahresumsatz.

***Holzgewerbe: Erholung mit  
7,5 Prozent Umsatzplus***

Der größte Bereich – die Bauelemente aus Holz – verzeichnete dabei einen Zuwachs von 2,9 Prozent. Hier spiegeln sich beispielsweise die derzeit noch gut gefüllten Auftragsbücher der Fertighausindustrie. Hintergrund ist sicherlich die anhaltende Diskussion um eine Abschaffung der Eigenheimzulage, so dass wir es hier mit einem Sonder-  
effekt zu tun haben dürften.

***Hersteller von Bauelementen  
gut ausgelastet***

Auch die Holzwerkstoffindustrie liegt mit einem Plus von 12,5 Prozent deutlich über Vorjahresniveau, wobei dieser Zuwachs in erster Linie aus der Auslandsnachfrage gespeist wird. Sägewerke liegen um 8,8 Prozent im Plus, die Hersteller von Holzverpackungen legten um 15,3 Prozent sehr deutlich zu – auch ein Indiz für das anziehende Exportgeschäft der deutschen Industrie, die Hauptabnehmer solcher Verpackungen ist.

***Holzwerkstoffindustrie  
profitiert von Export***

Soweit der Rückblick. Spannender ist die Frage, wie es weitergeht. In der Möbelindustrie gehen wir davon aus, dass wir nach dem ermutigenden Verlauf im 1. Halbjahr ein stabiles bis leicht positives Ergebnis für das Jahr 2004 erzielen werden. Wenn das 2. Halbjahr nicht völlig nach unten ausbricht, werden wir zwischen einer schwarzen Null und 1,5 Prozent abschließen.

***Prognosen für das Gesamtjahr***

Die übrige Holzbranche dürfte ein deutliches Wachstum von 5 bis 6 Prozent erreichen. Getragen wird diese positive Einschätzung in erster Linie von den stabilen Wachstumszahlen im Verpackungsgeschäft und der bis zum Ende des Jahres gesicherten Auftragslage im Bereich Holzfertigbau. Auch die starke Auslandsnachfrage bei Spanplatten wird voraussichtlich anhalten.

Die Achillesferse der deutschen Konjunktur bleibt der private Konsum, und dies gilt leider auch für die Möbelindustrie. Im Inlandsgeschäft bleiben nachhaltige Wachstumstendenzen aus. Die Verbraucher halten ihr Geld aus Unsicherheit vor der wirtschaftlichen und persönlichen Zukunft zusammen. Was der Möbelbranche ebenso wie der gesamten Konsumgüterindustrie derzeit zu schaffen macht, ist die Flucht der Verbraucher ins Angstsparen. Mit insgesamt 151,3 Mrd. Euro haben die privaten Haushalte im vergangenen Jahr erneut 3,4 Prozent mehr auf die hohe Kante gelegt als im Jahr zuvor. Die Sparquote stieg von 10,6 auf 10,8 Prozent des verfügbaren Einkommens: Geld, das nicht mehr wie bisher für Möbel und andere Konsumgüter ausgegeben wird.

### ***Flucht der Verbraucher ins Angstsparen***

In den vergangenen acht Jahren ist der Inlandsmarkt unserer Industrie um durchschnittlich 3 Prozent geschrumpft. Um den beginnenden Aufwärtstrend unserer Branche erfolgreich in die Zukunft fortschreiben zu können, bedarf es aus Sicht des VDM eines umfassenden Fünf-Punkte Programms :

### ***Fünf-Punkte-Programm für die Möbelbranche***

Punkt 1: Angesichts des schwachen Inlandsmarktes muss noch mehr Energie in die Erschließung von Exportmärkten investiert werden. Der Erfolg der Vergangenheit muss gesichert und ausgebaut werden. In den vergangenen acht Jahren ist der Export der deutschen Möbelindustrie um durchschnittlich 5,5 Prozent gewachsen. Gelingt uns das auch in den kommenden Jahren, kann damit der Rückgang auf dem Inlandsmarkt immer mehr aufgefangen werden.

### ***Exportaktivitäten forcieren***

Punkt 2: Wir müssen die hervorragende Qualität unserer Möbel offensiver vermarkten und den Unterschied zu Billigangeboten deutlich herausstellen. Das Qualitätsmanagement muss noch stärker in den Fokus der Unternehmen gerückt werden. Einige Firmen haben mit neuen Konzepten hier bereits gute Erfahrungen gemacht. Hinzu kommt, dass wir – gemeinsam mit dem Handel – die Reklamationsquote weiter senken und die Lieferzeiten kürzen müssen.

### ***Qualität offensiver vermarkten***

Punkt 3: Die Industrie muss die Markenbildung bei Möbeln deutlich forcieren. Noch immer gibt es viel zu wenige bekannte Möbelmarken aus Deutschland, was die Austauschbarkeit im Handel erst ermöglicht. Schon jetzt müssen wir uns gemeinsam mit dem Handel darauf vorbereiten, dass die Verbraucher irgendwann der Schnäppchenjagd müde sind und wieder Marken und Werte wollen. Wenn die Preiskämpfe geschlagen sind, eröffnet sich ein neuer Raum für differenzierte Angebote.

### ***Marken und Werte stärken***

Punkt 4: Wir müssen den Möbelhandel zu besseren Vertriebskonzepten bewegen, damit die Verbraucher wieder Freude am Möbelkauf gewinnen. Die Präsentation muss den Wert unserer Produkte vermitteln. Gut geschulte Verkäufer und ein überzeugendes Servicepaket können helfen, die prall gefüllten Sparstrümpfe für Möbelkäufe zu leeren. Parallel muss die Industrie über alternative Vertriebskonzepte nachdenken, wie etwa den Direktvertrieb oder die Anmietung von Handelsflächen über Shop-in-Shop-Lösungen.

### ***Bessere Vertriebskonzepte***

Punkt 5: Die Kosten – insbesondere die Lohnkosten – sind bei uns im internationalen Vergleich deutlich zu hoch. Gemeinsam mit der Gewerkschaft müssen wir deshalb für wettbewerbsfähige Tarifstrukturen sorgen. Die Meldung des Handels, wonach in 2004 eine Umsatzsteigerung von 3,5 Prozent erwartet wird, kann uns nämlich nur auf den ersten Blick beruhigen, denn der Zuwachs speist sich in erster Linie aus den Importen. Wenn wir nicht wollen, dass diese Entwicklung sich verstetigt, müssen wir gemeinsam mit der Gewerkschaft die Wettbewerbsfähigkeit unserer heimischen Unternehmen langfristig stärken. Wir brauchen flexiblere Lösungen. Das bedeutet, den Unternehmen mehr Entscheidungsspielraum zu lassen und weniger Details im Flächentarif zu regeln. Je nach Auftragslage müssen Betriebe frei von Zuschlägen mal mehr und mal weniger als die derzeit einheitlich vereinbarten 35 Stunden pro Woche arbeiten können. Dabei muss die Leistung der Arbeitnehmer im Vordergrund stehen und der Unternehmenserfolg etwa in

### ***Lohnkosten runter***



Form von Sonderzahlungen belohnt werden.

Kostensenkungen sind zum Beispiel bei der gesetzlichen Unfallversicherung möglich. Diese wird nach wie vor alleine von den Arbeitgebern finanziert – und kostet trotz sinkender Unfallzahlen immer mehr Geld. Der Hauptgrund ist die Insolvenzgeldumlage, die sich zwischen 1990 und 2002 mehr als verzehnfacht hat. Das Insolvenzgeld ist eigentlich als kurzfristige Stütze für die Beschäftigten zahlungsunfähiger Firmen vorgesehen – es droht aber bei schwacher Konjunktur zu einer Strafsteuer für gesunde Betriebe zu verkommen. Sie stellt zudem eine versicherungsfremde Leistung dar und gehört systematisch zur Bundesagentur für Arbeit. Eine mittelständische Firma der Möbelindustrie zahlt alleine rund 35.000 € jährlich an Insolvenzgeld.

Einsparpotenziale gibt es zudem auch im System selbst, indem Unfallrenten nicht mehr zu einer lebenslangen Zusatzrente führen und kleinere Verletzungen (bis zu einer Erwerbsminderung von 20 Prozent) mit einem Pauschalbetrag abgegolten werden. Heute zahlt die Holz-Berufsgenossenschaft 85 Prozent ihrer Verletztenrenten für solche Unfälle. Fielen diese weg oder würden durch Pauschalen deutlich reduziert, könnten die Beiträge zur Holz-Berufsgenossenschaft um bis zu 50 Prozent gesenkt werden.

Es muss auch darüber nachgedacht werden, den Leistungskatalog der gesetzlichen Unfallversicherung einzuschränken. Bislang

### ***Gesetzliche Unfallversicherung reformieren***

### ***Unfallrenten nicht mehr lebenslang auszahlen***

### ***Wegeunfälle gehören aus dem Leistungskatalog***

kommen die Berufsgenossenschaften auch für Unfälle auf dem Weg zwischen Arbeitsstätte und Wohnort auf. Diese so genannten Wegeunfälle stehen jedoch in keinem Zusammenhang mit dem Unternehmen und sind deshalb auch nicht von diesen zu verantworten. Ein moderater Beitrag der Arbeitnehmer zu ihrem eigenen Unfallschutz, etwa durch eine private Zusatzversicherung, darf nicht länger ein Tabu bleiben.

Die Politik ist gefordert, notwendige Reformen auf den Weg zu bringen. Sie kann zudem ihren Teil dazu beitragen, dass Unternehmen und Verbraucher wieder Zuversicht in eine sichere und verlässliche Zukunft gewinnen. Statt jeden Tag mit einem anderen Einzelthema für Verunsicherung zu sorgen, brauchen wir ein Gesamtkonzept, das alle wirtschafts- und sozialpolitischen Aspekte wirkungsvoll miteinander verzahnt. Die Lohnnebenkosten müssen runter, Deregulierung und Bürokratieabbau ernsthaft angegangen und die Steuern endlich gesenkt werden. Ob ein solches Konzept Masterplan oder Agenda heißt ist egal, so lange die Richtung endlich erkennbar wird. Die sicherlich notwendigen Einschnitte lassen sich am besten verkraften, wenn das Ziel im Vordergrund steht. Regierung und Opposition müssen zusammen an solchen Konzepten arbeiten, wenn wir keine zwei weiteren Jahre Stillstand haben wollen. Was noch immer vielen Menschen fehlt, ist der Mut zu Veränderungen. Dazu muss die Politik uns klar machen, was wir gewinnen werden – und nicht was wir verlieren könnten.

***Politik muss***

***Gesamtkonzept entwickeln***

## **Trends & Design**

Das laufende Jahr bestätigt einige Prognosen in Sachen Trends, die wir schon zur internationalen Möbelmesse imm cologne 2004 beschreiben konnten. Der Cocooning-Trend wird vom mehr emotionalen Homing abgelöst. In anderen Worten: Die Wohnung wird zur vertrauten Oase. Allerdings ist der Mensch in dieser Oase via Handy und Internet jederzeit virtuell erreichbar und kann auch jederzeit andere erreichen. Der sich verstärkende Trend zum Home Office und auch zu originären Medien-Möbeln passt gut in das neue Homing-Bild.

Als Zielgruppen werden die Singles und die „Best Ager“ über 50 immer wichtiger. In den deutschen wie europäischen Metropolen wohnt zum Teil schon fast die Hälfte der Menschen in Singlehaushalten. Die Zielgruppe der „Best Ager“ ist eine wirklich nachwachsende Zielgruppe. Alle demografischen Hochrechnungen zeigen die Entwicklung des Alterns der Bevölkerung. Insgesamt bleiben aber die „neuen Alten“ über 50 Jahre deutlich jünger - in geistiger wie körperlicher Hinsicht. Aus beiden Zielgruppen ergeben sich daher spezifische Ansprüche an Möbel. Die einen vor allem verbunden mit Mehrzweck und Flexibilität, die anderen mit Bequemlichkeit („Convenience“) und trotzdem gutem Design.

Bei den aktuellen Einrichtungstrends zählen das Retro-Design und der Hightech-Barock zu den Schwerpunkten. Beide Ausführungen beschreiben die Sehnsucht des Menschen

### ***Homing löst Cocooning ab***

### ***Zielgruppen: Möbel für Singles und die „neuen Alten“***

### ***Hightech-Barock: Laptop und Spitzendeckchen***

nach einer besseren Zeit. Retro-Design zeigt Möbel, die das Lebensgefühl der 60er und 70er Jahre spiegeln. Hier sehen wir organische Formen und knallige Farben etwa bei Sofas. Die Verbindung Hightech und Barock beschreibt die Kombination von Moderne und Tradition. Anders als im Styling der 80er Jahre wird heute selbstbewusst Bezug genommen auf die schönen Dinge der Vergangenheit. Das Zuhause wird zur Schatzkammer für alles, was einem lieb und teuer ist. Dieser Stilmix ist eine selbstbewusste Freiheit, den Laptop auf ein Spitzendeckchen zu stellen. Auch kann man hier Opas Ohrensessel kombiniert mit Enkels Multimedia-Beamer finden.

In der Formsprache sind drei aktuelle Entwicklungen erwähnenswert: Die horizontale Linienführung in der Küche hat ihren Höhepunkt erreicht. Es werden auf der imm cologne 2005 daher auch wieder eher senkrechte Fronten zu sehen sein; es bleibt aber die Kücheninsel. Im Aufwind ist die Küchentheke, weshalb der Barhocker eine gute Konjunktur erlebt. Der quadratische Esstisch nimmt gegenüber dem rechteckigen weiter zu. Das äußerst kommunikative Moment steht hier im Vordergrund. Alle Beteiligten können bei diesem Format miteinander reden und sich dabei direkt anschauen. Im Wohnzimmer dominieren großformatige Polstermöbel und Wohnlandschaften in L-Form, die zum gemütlichen Lümmeln einladen.

### ***Aktuelle Entwicklungen in der Formsprache***

### ***Wohnlandschaften: Lümmeln auf der Liegewiese***