****

**BRÜSSELER MÖBELMESSE 2023 – PRESSEKONFERENZ**

1. **Willkommen bei Glenn De Maeseneer, Direktor Brusseler Möbelmesse**
2. **Konjunkturbericht 2023, Presentation von Filip De Jaeger, COO Fedustria**

**Die belgische Möbelindustrie im Jahr 2023:**

**Herausfordernde Marktbedingungen**

**Die belgische Möbelindustrie**

**Kennzahlen (2022)**

* **722 Unternehmen**
* **9.763 Beschäftigte**
* **Umsatz: 2,3 Milliarden Euro**
* **Entwicklung der Aktivität in Volumen:** **-14%**
* **Exportanteil:** **57%**
* **Anteil am Gesamtumsatz der belgischen Holz- und Möbelindustrie:** **33%**

**Zusammenfassung der Entwicklungen in der ersten Jahreshälfte 2023**

* Umsatz: 1.106 Millionen Euro, -5,6% im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022. Reeller Volumenrückgang von 11,8% infolge einer Erhöhung der Absatzpreise um 6,2%
* Investitionen: 48,2 Millionen Euro (+30,6%)
* Auslastung der Produktionskapazität: 74,2%
* Export: -12.2% im Vergleich zum selben Zeitraum im Jahr 2022. Frankreich, Niederlande und Deutschland verzeichnen einen starken Rückgang, bleiben jedoch die wichtigsten Absatzmärkte.
* Import: -17,4% im Vergleich zum selben Zeitraum im Jahr 2022

**Rahmenbedingungen**

Seit dem zweiten Halbjahr 2022 wurde die belgische Möbelindustrie sowohl auf den in- als auch ausländischen Märkten mit einer sinkenden Nachfrage konfrontiert. Die stark gestiegene Inflation, höhere Energie- und Rohstoffkosten sowie eine ungewisse Zukunft durch geopolitische Entwicklungen beunruhigen die Verbraucher und führen zu einem Rückgang des Verbrauchervertrauens. Der perfekte Sturm, über den wir voriges Jahr sprachen, hat sich im Jahr 2023 zu einem echten Orkan entwickelt.

Darüber hinaus hatten sich viele Verbraucher dafür entschieden, ihr verfügbares Familienbudget nach der Corona-Pandemie (erneut) für ihre Freizeit (Reisen, Gastgewerbe) auszugeben, und nicht mehr für die Einrichtung ihrer Wohnung, die während der Corona-Maßnahmen die entsprechende Aufmerksamkeit erhielt und den Sektor damals zweifellos gestützt hatte.

Trotz der behördlichen Maßnahmen zur Unterstützung der Verbraucher mittels der Energieprämie gemeinsam mit dem in Belgien gängigen Prinzip der automatischen Lohnindexierung - zur Aufrechterhaltung der Kaufkraft und die 2021/2022 eine Lohnsteigerung von 16% bewirkte, gab es 2023 keine Änderung der Situation, im Gegenteil. Die Nachfrage blieb gering, auch im Baugewerbe, mit einer vergleichbaren Situation in den Nachbarländern oder auf Exportmärkten. Der Möbelsektor befindet sich in Turbulenzen und die ersten negativen Folgen haben sich bereits mit Insolvenzen von Produzenten und Geschäftsschließungen im Handel gezeigt. Nun wird der Blick auf das Jahr 2024 gerichtet, das hoffentlich einen erneuten Aufschwung bringt.

**Erstes Halbjahr 2023: Umsatz sinkt sowohl im Hinblick auf Wert als auch Volumen**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Umsatzentwicklung in der belgischen Möbelindustrie** | **Absatz-preise** | **Umsatz in Volumen** |
| **In Millionen EUR** | **2021** | **2022** | **'22/'21** | **6 m 2022**  | **6 m 2023\*** | **6 m '23/'22** | **6 m '23/'22** |  **6 m '/'22** |
| Stühle und Sitzmöbel, Esszimmer-, Wohnzimmer-, Schlafzimmer-, Badezimmer-, Garten- und Terrassenmöbeln | 933,8 | 929,5 | -0,5% | 489,3 | 466,1 | -4,7% | +9,0% | **-13,7%** |
| Büro- und Einzelhandelsmobiliar | 489,6 | 572,8 | 17,0% | 287,6 | 275,9 | -4,1% | +4,3% | **-8,4%** |
| Küchenmöbel | 482,9 | 513,5 | 6,3% | 262,8 | 262,2 | -0,2% | +13,5% | **-13,7%** |
| Matratzen und Bettgestelle | 365,8 | 247,7 | -32,3% | 131,7 | 101,8 | -22,7% | +3,0% | **-25,7%** |
| Möbelindustrie | 2.272,1 | 2.263,5 | **-0,4%** | **1.171,4** | **1.106,0** | **-5,6%** | +6,2% | **-11,8%** |

Quelle: Belgisches Finanzministerium, Umsatzsteuererklärungen

\* Vorläufige Daten

Im ersten Halbjahr 2023 betrug der Umsatz der belgischen Möbelindustrie 1.106 Millionen Euro, ein Rückgang um 5,6% im Vergleich zum ersten Halbjahr 2022. Im selben Zeitraum stiegen die Absatzpreise jedoch um 6,2%, wodurch wir reell (Volumen) einen faktischen Umsatzrückgang von 11,8% verzeichnen. 2022 betrug der Umsatzrückgang auf Jahresbasis 0,4%.

Diese Preissteigerungen sind größtenteils auf die gestiegenen Rohstoff-, Material-, Energie- und Lohnkosten zurückzuführen.

Nach einer markanten Umsatzsteigerung im Jahr 2022 verzeichneten Büro- und Geschäftsmöbeln in der ersten Jahreshälfte 2023 einen Rückgang um 4,1%. Bei Wohnmobiliar sank der Umsatz um 4,7%. In der ersten Jahreshälfte 2022 gab es noch eine bescheidene Steigerung um 1,9%. Küchenmöbel stabilisieren sich unter anderem dadurch, dass immer weniger Genehmigungen für neue Wohnbauten ausgestellt werden. Die höheren Zinsen für Wohnungsdarlehen hängen sicherlich damit zusammen. Der Umsatz bei Matratzen- und Bettbodenproduzenten verzeichnete einen starken Rückgang. Die Insolvenz eines bedeutenden belgischen Produzenten Anfang dieses Jahres wird dabei sicherlich eine Rolle gespielt haben.

Quelle: Belgisches Finanzministerium, Umsatzsteuererklärungen

**Investitionen und Auslastungsgrad der Produktionskapazität**

Im ersten Halbjahr 2023 investierte die belgische Möbelindustrie 48,2 Millionen Euro, was eine Steigerung um 30,6% im Vergleich zum selben Zeitraum 2022 bedeutet. Im Jahr 2022 wurden insgesamt 86,1 Millionen Euro investiert, eine Steigerung um 15,4% im Vergleich zu 2021. Das kräftige Investitionsvolumen scheint auf eine Spiegelung des neu gewonnenen Vertrauens der Unternehmer in die Zukunft hinzudeuten.

Die Hersteller von Büro- und Objektmöbeln sowie die Küchenhersteller investierten in den ersten 6 Monaten des Jahres 2023 kräftig. Auch die Produktgruppe Wohnmöbel verzeichnete einen gehörigen Anstieg der Investitionen. In der Produktgruppe Matratzen und Bettböden sanken die Investitionen beträchtlich.

|  |
| --- |
| **Entwicklung der Investitionen in der Möbelindustrie** |
| **In Millionen EUR** | **2021** | **2022** | **22/21** | **6 m 22** | **6 m 23\*** | **6 m 23/22\*** |
| Stühle und Sitzmöbel, Esszimmer-, Schlafzimmer-, Garten- und Terrassenmöbeln | 40,0 | 43,9 | **+9,8%** | 19,0 | 24,0 | **+26,3%** |
| Büro- und Einzelhandelsmobiliar | 10,2 | 12,0 | **+17,6%** | 5,4 | 10,1 | **+87,0%** |
| Küchenmöbel | 17,5 | 23,3 | **+33,1%** | 7,8 | 13,2 | **+69,2%** |
| Matratzen und Bettgestelle | 6,8 | 6,9 | **+1,5%** | 4,8 | 1,0 | **-79,2%** |
| **Gesamte Möbelindustrie**  | **74,6** | **86,1** | **+15,4** | **36,9** | **48,2** | **+30,6%** |

Quelle: Belgisches Finanzministerium, Umsatzsteuererklärungen

\* Vorläufige Daten

Die Auslastung der Produktionskapazität der belgischen Möbelindustrie konnte sich in den vergangenen Jahren bei über 80% halten, verzeichnete jedoch seit dem dritten Quartal 2022 einen Rückgang. Mit 72,5% im zweiten Quartal 2023 haben wir den Tiefpunkt der vergangenen 10 Jahre erreicht.

**Auslastungsgrad der Produktionskapazität in der belgischen Möbelindustrie**

Quelle: Belgische Nationalbank

**Beschäftigung im belgischen Möbelsektor bleibt stabil**

722 Unternehmen beschäftigten im Jahr 2022 9.763 Personen, was einen minimalen Rückgang um 61 Einheiten im Vergleich zum Jahr 2021 darstellt. Die Beschäftigung blieb folglich relativ stabil.

Trotz des rückgängigen wirtschaftlichen Aktivitätsgrades suchen die Unternehmen weiterhin technisch qualifizierte Mitarbeiter, um die Abwanderung älterer Arbeitnehmer auszugleichen. Fedustria organisierte Aktionen, um Jugendliche für eine Ausbildung und einen Job im Möbelsektor zu begeistern.

**Verbrauchervertrauen erreicht historischen Tiefpunkt**

Nach einem historischen Tiefstand Mitte 2022 erholte sich sowohl das belgische als auch das europäische Verbrauchervertrauen geringfügig, um im Sommer 2023 erneut abzunehmen.

Wichtige Faktoren mit einem Einfluss auf das Vertrauen blieben größtenteils unverändert. Die Inflation blieb verhältnismäßig hoch, die Preise sanken nur teilweise und der Krieg in der Ukraine bietet keine Aussicht auf eine Lösung. Kürzlich kam dazu noch der Angriff von Hamas auf Israel und die Reaktion darauf, was ebenfalls Folgen für die europäische und belgische Wirtschaft hat.

**Entwicklung des Verbrauchervertrauens in Belgien und der EU**

****

Quelle: Europäische Kommission

**Steigende Auftragslage im Möbelhandel**

Laut der monatlichen Untersuchung der Belgischen Nationalbank stiegen die Bestelleingänge im belgischen Möbelhandel in den ersten 8 Monaten des Jahres 2023 kumuliert um 11,3%. Nach einer Steigerung um 13,0% im ersten Quartal 2023 beschränkte sich die Zunahme der Bestellungen im zweiten Quartal auf 5,7%, um im Juli-August wieder auf 15,7% zu steigen.

Dies steht im Gegensatz zu den Signalen, die wir auf dem Markt und im Handel wahrnehmen. Die Steigerungen lassen sich andererseits auch durch den Umsatzrückgang im Jahr 2022 und höhere Preise erklären.

Quelle: Belgische Nationalbank

**Ausländischer Handel: sowohl Import als auch Export von Möbeln ist rückgängig**

In der ersten Jahreshälfte 2023 sank **der Export belgischer Möbel** (einschließlich Transit) um 12,2% im Wert im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2022. Unter Berücksichtigung der damit verbundenen Teuerung bedeutet dies jedoch einen noch größeren Volumen-Rückgang. Es wurden Möbel im Wert von knapp 802 Millionen Euro exportiert. Frankreich ist zwar nach wie vor der größte Auslandsmarkt, verzeichnet jedoch einen Rückgang um 23,5%. Das Land ist nunmehr für ein Drittel des Möbelexports verantwortlich. Auch die Niederlande (-7,8%) und Deutschland (-9,3%) verloren relativ an Bedeutung. Der gesamte Export in Länder innerhalb der EU sank um 13,5%. In bestimmte Länder oder Regionen wurde eine Steigerung festgestellt, aber insgesamt blieb der Umsatz bescheiden.

Der **Import von Möbeln** ging um beträchtliche 17,4% zurück, und zwar vor allem durch einen rückgängigen Import aus dem Fernen Osten, mit China (-30,6%), Indonesien (-49,8%) und Vietnam (-54,8%) mit den höchsten Rückgängen. China bleibt mit einem Anteil von 24,8% jedoch nach wie vor das wichtigste Herkunftsland. Auch aus Osteuropa kamen weniger Möbel, vor allem durch einen - nicht unerwarteten - Rückgang aus Weißrussland (-76,1%), wenngleich Möbel nicht unter die von der EU verhängten Sanktionen fallen. Aus den anderen EU-Ländern wurden 3,7% weniger Möbel importiert. Nach China blieben Niederlande und Deutschland die wichtigsten Möbellieferanten auf dem belgischen Markt.

|  |
| --- |
| **Auslandshandel Möbelindustrie (inkl. Möbel aus Metall und Kunststoff)** |
|   | **Belgischer Import** | **Belgischer Export** | Deckungs- |
|   | Anteil |   |   |   | Anteil |   |   |   | Prozentsatz |
|   | 6m2023 | 6m2022 | 6m2023 | 6m | 6m2023 | 6m2022 | 6m2023 | 6m | 6m2023 |
| **Länder** | in % | 1000 EUR | 1000 EUR | 22/21 | in % | 1000 EUR | 1000 EUR | 22/21 | (Exp/Imp) |
| Frankreich | 6,1 | 82.346,5 | 74.058,1 | -10,1 | 34,3 | 359.564,3 | 274.911,1 | -23,5 | 371,2 |
| Niederlande | 16,5 | 201.719,8 | 200.668,2 | -0,5 | 24,9 | 216.704,5 | 199.773,2 | -7,8 | 99,6 |
| Deutschland | 13,5 | 169.514,6 | 164.180,7 | -3,1 | 16,1 | 142.238,2 | 129.016,2 | -9,3 | 78,6 |
| Spanien | 0,8 | 10.122,6 | 11.100,6 | 9,7 | 2,4 | 14.194,5 | 20.505,8 | 44,5 | 184,7 |
| Italien | 6,4 | 83.746,9 | 77.597,3 | -7,3 | 2,9 | 19.171,1 | 23.540,8 | 22,8 | 30,3 |
| Luxemburg | 0,1 | 1.132,5 | 830,1 | -26,7 | 1,6 | 14.759,9 | 12.941,7 | -12,3 | 1.559,0 |
| Polen | 8,5 | 107.829,5 | 103.704,8 | -3,8 | 1,1 | 8.951,5 | 8.878,5 | -0,8 | 8,6 |
| Irland | 0,1 | 490,5 | 1.534,6 | 212,8 | 1,3 | 8.515,9 | 10.103,9 | 18,6 | 658,4 |
| Österreich | 0,3 | 2.912,6 | 3.345,5 | 14,9 | 0,8 | 6.787,9 | 6.743,7 | -0,7 | 201,6 |
| Portugal | 0,4 | 4.303,5 | 4.485,9 | 4,2 | 0,7 | 4.795,7 | 5.509,0 | 14,9 | 122,8 |
| Schweden | 1,3 | 17.250,6 | 15.431,4 | -10,5 | 0,5 | 4.622,3 | 3.843,9 | -16,8 | 24,9 |
| Tschechen | 0,7 | 11.791,5 | 8.023,5 | -32,0 | 0,8 | 4.497,1 | 6.506,1 | 44,7 | 81,1 |
| Dänemark | 2,3 | 27.507,9 | 27.580,6 | 0,3 | 0,4 | 3.902,2 | 2.965,9 | -24,0 | 10,8 |
| Litauen | 1,2 | 13.943,1 | 14.025,9 | 0,6 | 0,3 | 1.998,0 | 2.671,0 | 33,7 | 19,0 |
| Rumänien | 2,2 | 29.642,6 | 27.334,2 | -7,8 | 0,2 | 1.984,2 | 1.260,2 | -36,5 | 4,6 |
| Griechenland | 0,0 | 150,4 | 123,5 | -17,9 | 0,3 | 2.078,7 | 2.185,9 | 5,2 | 1.770,6 |
| Ungarn | 0,7 | 9.348,0 | 8.687,0 | -7,1 | 0,1 | 1.910,1 | 726,0 | -62,0 | 8,4 |
| Estland | 0,2 | 842,1 | 2.064,6 | 145,2 | 0,1 | 875,6 | 548,7 | -37,3 | 26,6 |
| Zypern | 0,0 | 3,6 | 0,1 | -98,4 | 0,3 | 876,7 | 2.193,5 | 150,2 | 3.916.912,5 |
| Slowakei | 0,1 | 3.088,4 | 951,5 | -69,2 | 0,1 | 857,7 | 841,7 | -1,9 | 88,5 |
| Finnland | 0,4 | 5.002,2 | 5.076,2 | 1,5 | 0,1 | 853,3 | 773,8 | -9,3 | 15,2 |
| Malta | 0,0 | 5,5 | 2,1 | -62,0 | 0,0 | 566,5 | 361,5 | -36,2 | 17.363,1 |
| Slowenien | 0,1 | 498,3 | 640,8 | 28,6 | 0,0 | 502,3 | 351,8 | -30,0 | 54,9 |
| Kroatien | 0,1 | 728,2 | 950,3 | 30,5 | 0,1 | 429,1 | 469,0 | 9,3 | 49,4 |
| Bulgarien | 0,2 | 2.493,4 | 2.981,2 | 19,6 | 0,3 | 399,2 | 2.054,6 | 414,7 | 68,9 |
| Lettland | 0,0 | 189,2 | 387,6 | 104,9 | 0,0 | 205,1 | 136,3 | -33,5 | 35,2 |
| **Europäische Union** | **62,2** | **787.912,2** | **758.470,3** | **-3,7** | **89,4** | **829.210,7** | **716.981,9** | **-13,5** | **94,5** |
| Vereinigtes Königreich | 0,7 | 10.579,8 | 8.451,6 | -20,1 | 2,4 | 22.932,9 | 19.142,6 | -16,5 | 226,5 |
| Schweiz | 0,1 | 1.299,5 | 1.062,9 | -18,2 | 1,4 | 10.497,5 | 11.084,4 | 5,6 | 1.042,8 |
| Norwegen | 0,0 | 25,7 | 30,4 | 18,1 | 0,1 | 867,5 | 896,1 | 3,3 | 2.950,1 |
| Ukraine | 0,8 | 11.236,2 | 9.947,2 | -11,5 | 0,0 | 49,0 | 150,6 | 207,5 | 1,5 |
| Serbien | 0,7 | 8.173,5 | 8.768,2 | 7,3 | 0,0 | 102,2 | 152,1 | 48,8 | 1,7 |
| USA | 0,3 | 2.993,7 | 4.101,7 | 37,0 | 2,4 | 17.526,4 | 19.439,8 | 10,9 | 473,9 |
| Kanada | 0,0 | 259,0 | 78,7 | -69,6 | 0,2 | 2.596,5 | 1.298,7 | -50,0 | 1.649,6 |
| Australien | 0,0 | 17,4 | 148,3 | 750,4 | 0,2 | 3.599,2 | 1.451,8 | -59,7 | 979,2 |
| Israel | 0,3 | 3.693,0 | 3.355,9 | -9,1 | 0,5 | 2.375,9 | 4.389,7 | 84,8 | 130,8 |
| Singapur | 0,0 | 0,8 | 87,6 | 10.934,0 | 0,1 | 2.002,4 | 471,2 | -76,5 | 537,9 |
| China | 24,8 | 435.104,5 | 302.056,0 | -30,6 | 0,2 | 1.646,3 | 1.736,7 | 5,5 | 0,6 |
| Hong Kong | 0,1 | 602,4 | 692,5 | 15,0 | 0,1 | 583,8 | 822,7 | 40,9 | 118,8 |
| Türkei | 3,8 | 53.455,8 | 46.790,9 | -12,5 | 0,0 | 256,7 | 230,1 | -10,4 | 0,5 |
| Indonesien | 2,7 | 64.636,0 | 32.436,7 | -49,8 | 0,0 | 291,8 | 237,5 | -18,6 | 0,7 |
| Thailand | 0,2 | 5.352,1 | 2.187,8 | -59,1 | 0,1 | 542,4 | 532,5 | -1,8 | 24,3 |
| Taiwan | 0,0 | 1.792,5 | 608,4 | -66,1 | 0,1 | 245,2 | 416,4 | 69,8 | 68,5 |
| Indien | 0,7 | 22.334,7 | 8.907,6 | -60,1 | 0,1 | 538,5 | 496,9 | -7,7 | 5,6 |
| Malaysia | 0,3 | 10.094,9 | 3.989,4 | -60,5 | 0,0 | 79,9 | 112,7 | 41,0 | 2,8 |
| Vietnam | 1,4 | 38.189,4 | 17.264,7 | -54,8 | 0,0 | 42,4 | 188,4 | 344,8 | 1,1 |
| Japan | 0,1 | 918,7 | 883,8 | -3,8 | 0,1 | 1.124,9 | 1.062,1 | -5,6 | 120,2 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Gesamtsumme andere Länder | 0,6 | 17.795,58 | 11.315,82 | -36,4 | 0,1 | 23.062,53 | 17751,53 | -23,0% | 156,9 |
| **Gesamtsumme** | **100** | **1.475.159,18** | **1.218.932,42** | **-17,4** | **100** | **913.205,53** | **801.878,33** | **-12,2** | **65,8** |
| Quelle: INR |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Noch kein Licht am Ende des Tunnels**

Infolge der Energiekrise und der hohen Inflation erhöhten die Zentralbanken nach einer langen Periode von Null- oder Negativzinsen ihre wichtigsten Zinssätze, mit der Absicht, die Inflationssteigerung zu mäßigen. Das gelang nur teilweise und führte zu höheren Zinssätzen für Unternehmen und Verbraucher. Bauen wurde dadurch noch teurer, und dies wirkt sich natürlich auch auf den Möbelsektor aus. Weniger neue Gebäude bedeutet nun einmal weniger neue Einrichtungen und Interieurs/Exterieurs, die zudem erst am Ende des Bauverfahrens an die Reihe kommen.

Das jüngste Aufflackern der Gewalt im Nahen Osten sorgt unterdessen für neue Spannungen auf den Energiemärkten und führt sowohl bei Verbrauchern als auch Herstellern zu einer weiteren Unsicherheit. Letztere erwarten keine baldige Wiederbelebung der Möbelkonjunktur und richten ihren Blick jetzt bereits auf 2024 und 2025.

Doch lassen sie ihren Kopf nicht hängen und arbeiten intensiv an ihrer eigenen Zukunft, mit dem Fokus auf Produktentwicklung, Design und Innovation, wobei sie auch die im European Green Deal gestellten Herausforderungen im Hinblick auf Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit berücksichtigen.

Fedustria begleitet seine Mitgliedsfirmen in diesem Prozess und lancierte dieses Jahr zudem auch ein Projekt, um Jugendliche für eine Ausbildung und einen Job im Holz- und Möbelsektor zu begeistern.

## Darüber hinaus unterstützt der Verband seine Mitglieder durch die Organisation von gemeinsamen Messeständen und Werbereisen im Ausland bei ihren Marketing- und Exportaktivitäten. Letzteres häufig in Zusammenarbeit mit FIT, Flanders Investment & Trade, mit der Fedustria eine strategische Partnerschaft geschlossen hat, und AWE, l’Agence Wallonne à l’Exportation et aux Investissements Etrangers.

Quelle: Fedustria



*Fedustria ist der belgische Verband der Textil-, Holz- und Möbelindustrie und des Holzimporthandels.* *Wir vertreten in Belgien ungefähr 1.660 Unternehmen (wovon mehr als 90% KMUs), die zusammen 36.200 direkte Arbeitsplätze schaffen und einen Umsatz von 12 Milliarden Euro erzielen (davon ca.* *70% aus dem Export.*

*Gesondert betrachtet repräsentiert die belgische Möbelindustrie einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro und beschäftigt 9.800 Arbeitnehmer.*

Für weitere Informationen:

Filip De Jaeger, COO, +32 486 898184, filip.de.jaeger@fedustria.be

Katja De Vos, Kommunikationsverantwortliche, +32 476 316467, katja.devos@fedustria.be

1. **BRÜSSELER MÖBELMESSE**

**Kampagne - The Future is Furnature**

Seit mehr als 20 Jahren entwirft die Möbelmesse jedes Jahr ein neues Kampagnenimage. Dabei lassen sich folgende wiederkehrende Elemente erkennen: Möbel, Ästhetik, Gemütlichkeit & Gastlichkeit und Business. Elemente, die auch in die aktuellen Kampagne weitgehend übernommen wurden, wenn auch mit einem starken Fokus auf die Natur. Ein wichtiges Element haben wir jedoch in den bisherigen Kampagnen nicht gefunden, obwohl es zum Kern unseres Geschäfts gehört, nämlich die Zukunft! Zukunftsorientiertes Handeln und Denken sind in der Tat ein zentraler Bestandteil der Erfolgsformel der Brüsseler Möbelmesse. Denn letztendlich geht es unseren Besuchern und Ausstellern darum die Messe als Instrument für den weiteren Aufbau eines erfolgreichen Geschäfts nutzen zu können.

**ECO-Initiativen**

Wer heute in die Zukunft blickt, kommt an dem immer stärker werdenden Fokus auf ökologisch verantwortliches Handeln nicht vorbei. Doch was genau verbirgt sich hinter dem Begriff "ökologisch verantwortliches Handeln"? Es fällt auf, dass viele Initiativen ergriffen werden, aber es noch keine klare Linie gibt, auf der Möbelhersteller oder der Einzelhändler Ihre politische Vision aufbauen kann. Als Plattform für die Möbelbranche hat die Möbelmesse daher das Ziel, diese Informationen zu verbreiten. Zu diesem Zweck haben wir das Logo 'ECO-Stories' geschaffen, das auf dem Hallenplan zu finden ist. Der Name macht Programm: ECO-Stories ist kein Label, sondern ein Medium, das den Austausch von Informationen und Erfahrungen fördert. Dabei unterscheiden wir zwischen Geschichten von Möbelherstellern, unseren Ausstellern und Nicht-Herstellern.

In der Newsletter und im Blog der Brussels Furniture AFfairs wurden bereits einige ECO-Stories von unseren Ausstellern veröffentlicht. Nachfolgend listen wir alle Aussteller mit einem ECO-Stories-Logo auf und wählen die auffälligsten Geschichten aus.

Aussteller mit ECO-Stories-Kennzeichnung sind: Arbres de Vie, Arctic Living, Aya of Sweden, Benoa, De Eekhoorn, Ecolife Beds, Fantasia, Forte, Glam-more, Herleven, Het Anker, Isbir Bedding, Nicoletti Home, Perfecta, Rauch, Revor, Saunaco, Staud, Theuns, Toon de Somer, Wima, Wimex, Wöstmann.

* Herleven: Hochwertige Möbel aus recycleten Abfällen, mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit.
* Ecolife Beds: Ein veganer Bettenhersteller. Verwendet weder Kunststoffe, noch chemische oder synthetische Zusatzstoffe.
* Arctic Living: Die Minimierung der CO2-Emissionen und die Verwendung erneuerbarer Energieformen stehen im Mittelpunkt des Produktionsprozesses bei Arctic Living.
* Revor: Vollständig zirkuläre Matratze. In anderen Worten, alle Materialien, die in diesen Matratzen verarbeitet werden, können endlos wiederverwendet werden, ohne Qualitätsverlust.

Dass Unternehmen auf Umweltfreundlichkeit aufmerksam geworden sind, und darüber kommunizieren ist kein neuer Trend. Allerdings fällt auf das den ergriffenen Massnahmen zunehmend mehr Gewicht beigemessen und detaillierter darüber berichtet wird. Bei der Suche nach Trends stellen wir an Hand unseres eigenesn ECO-Stories-Logos fest (zugegebenermassen ohne wissenschaftliche Relevanz) das vor allem Hersteller aus Deutschland und Hersteller aus der Bettenbranche bereit sind Ihre Erfahrungen zu teilen. In Deutschland sticht die verwendung unterschiedlicher Labels hervor. Diese Öko-Labels gelten als seriöse, neutrale Labels, mit denen die Möbelindustrie in Deutschland eindeutig eine Vorreiterrolle einnimmt.

In den Werbeschilder der Halle 3 (Squarezone) wollten wir außerdem mit Postern auf die Öko-Stories anderer Akteure unseres Sektors hinweisen. Diese Geschichten können Einzelhändler und Aussteller dazu anregen, ihre eigene Öko-Geschichte zu schreiben, aber sie enthalten auch konkrete Informationen, mit denen sie sofort arbeiten können.

Hier eine Auswahl jener ECO-Stories und Akteure:

* “Circular Business Awards”: Mit den Circular Business Awards will die “VBO Unternehmen” auszeichnen, die erfolgreich ein Zirkulares businessmodell umgesetzt haben.
* “Circular Hotel Interior”: Die Zertifizierungsmarke soll Ihnen helfen, den Wald vor lauter Bäumen zu erkennen, wenn es um Zirkulare Einrichtungslösungen für die Hotelbranche geht, und zwar durch eine deutliche Zertifizierung von Dekortationsgegenständen, Möbeln und Textilien für den Hotelsektor.
* “Valumat”: Bereitstellung von Richtlinien für die Herstellung von Zirkularmatratzen und mehr.
* “PEFC”: PEFC entwickelte einen Online-CO2-Rechner zur Berechnung der Kohlenstoffspeicherung in Holzmöbeln.
* “Wood.be”: Unterstützung von Unternehmen beim Übergang zur Zirkularenverwaltung.
* “WATF”, Stand 4-110: Kurzvortrag Trendwolves.

Darüber hinaus versucht die Möbelmesse selbst, ihren Beitrag zu leisten, z.B. durch wiederverwendbare Standbauelemente und Beschilderungen, durch die Reduzierung und effizientere Nutzung von Papiersendungen, durch die Verminderung des Druckaufkommens vor Ort und natürlich auch durch die Bereitstellung eines Mediums für die oben genannten Akteure aus der Möbelbranche.

**Die Zukunft der Handelsmessen**

Die Messe als Veranstalter muss nicht nur die Trends und Entwicklungen in der Möbel- und Einrichtungswelt verfolgen, sondern auch die Entwicklung der Veranstaltungsbranche selbst im Auge behalten. Wie sieht diese Zukunft aus? In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass Erlebnisse und Wahrnehmungen eine immer zentralere Rolle bei Veranstaltungen spielen, ganz gleich ob B2C oder B2B.

Deshalb hat sich die Möbelmesse noch mehr als sonst darauf konzentriert, die Hallen schön zu schmücken und Entdeckungen zu vermittelen. Allerdings nicht auf Kosten des Kerngeschäfts der guten Geschäfte. Um dies zu gewährleisten, wurden Ressourcen an neuen Orten gesucht. Zum Beispiel durch Kooperation mit Ausstellern des Shops von morgen oder durch die Schaffung neuer Werbemöglichkeiten. In diesem Rahmen wurde auch die 'Presse-Leseecke' in Zusammenarbeit mit dem Aussteller Rom dekoriert sowie die Champagnerbar gleich nebenan in Zusammenarbeit mit Drappier.

Wenn es um die Zukunft der Möbelmesse als Veranstaltung geht, steht auch die Art und Weise der Informationsvermittlung vor Ort im Mittelpunkt. Hierbei ist es wichtig, eine gute Mischung zwischen digital und taktil zu finden. Nämlich das richtige Mittel, für den richtigen Inhalt, je nach Zeitpunkt des Verschickens. Dass beispielsweise das BE-Magazin gegen einen Blog mit Newsletter ausgetauscht wurde, während eine physische Zeitung auf dem Messegelände verteilt wird, ist also kein Zufall, sondern eine wohlüberlegte Entscheidung.

**Brüsseler Möbelmesse 2023 in Zahlen**

Die Möbelmesse 2023 ist unter anderem von einigen Umzügen treuer Aussteller geprägt. Calia Italia hat einen neuen Standort in Halle 4 gefunden, ebenso Passe Partout und Recor Group. Dadurch wurde viel Platz in den Hallen 5 und 3 frei, die von mehreren neuen Ausstellern belegt werden konnten. Mit Yac, Saunaco, WR Inspired, Poleposition, Aquinos, Beka und Girardeau gibt es in Halle 5 die meisten Veränderungen seit mehr als 20 Jahren. Wir hoffen, dass dies auch bei den Besuchern eine neue Dynamik auslösen wird. Auch in Halle 3 hat sich viel getan, mit einer Reihe von neuen Ausstellern.

|  |
| --- |
| Aussteller 2023 - Nationalitäten |
|  |
| **Herkunftsland** | **Anzahl** |  |  | **Herkunftsland** | **Anzahl** |  |
| Belgien | 79 |  |  | Belgien | 79 |  |
| China | 2 |  |  | Die Niederlanden | 75 |  |
| Dänemark | 1 |  |  | Deutschland | 17 |  |
| Deutschland | 5 |  |  | Italien | 12 |  |
| Die Niederlände | 6 |  |  | Polen | 8 |  |
| Frankreich | 17 |  |  | Frankreich | 6 |  |
| Italien | 12 |  |  | Litauen | 6 |  |
| Kroatien | 1 |  |  | Dänemark | 5 |  |
| Lettland | 6 |  |  | Turkei | 5 |  |
| Litauen | 1 |  |  | Schweden | 4 |  |
| Mauritius | 75 |  |  | China | 2 |  |
| Norwegen | 1 |  |  | Singapur | 2 |  |
| Polen | 8 |  |  | Kroatien | 1 |  |
| Portugal | 1 |  |  | Letland | 1 |  |
| Schweden | 2 |  |  | Mauritius | 1 |  |
| Schweiz | 1 |  |  | Norwegen | 1 |  |
| Singapur | 4 |  |  | Portugal | 1 |  |
| Spanien | 1 |  |  | Spanien | 1 |  |
| Turkei | 5 |  |  | Schweiz | 1 |  |
| Vereinigtes Königreich | 1 |  |  | Vereinigtes Königreich | 1 |  |
|  | 229 |  |  |  | 229 |  |

Im Jahr 2023 wird die Möbelmesse insgesamt 229 Aussteller haben, was einen Zuwachs von 14 Ausstellern im Vergleich zu 2022 bedeutet. Auffallend ist ein starker Zuwachs von Ausstellern aus Belgien (+10) und den Niederlanden (+7). Bezogen auf die belegte Gesamtfläche bedeutet dies einen Zuwachs von fast 5.000 m².

Hervorzuheben ist die Vollbelegung der Halle 4, die verstärkte Belegung der "traditionellen" Stände in Halle 3 und das deutliche Wachstum in Halle 6. Im Ergebnis kann man sagen, dass ausgenommen Halle 6 alle anderen Hallen zum ersten Mal seit langem wieder voll belegt sind.

Da die treuen Aussteller Passe Partout und Recor Group von der Halle 5 in die Halle 4 umgezogen sind, um ihre Standfläche zu vergrößern, sehen die drei wichtigsten Standflächen in diesem Jahr ganz anders aus.

|  |
| --- |
| **TOP 3 Flächen 2023** |
| MECAM | 1523m² |
| RECOR | 1328m² |
| PASSE PARTOUT | 1040m² |

**Brussels By Night**

Das Schlaf-Segment von Brussels By Night bleibt ein Segment mit großem Potenzial. Obwohl die Möbelmesse auch in 2023 einen großen Schritt nach vorne gemacht hat, ist das Wachstum in Schlaf-Segment mit einem Zuwachs von 350 m² im Vergleich zur vorherigen Ausgabe am auffälligsten. Auch hier stellen wir die Verbindung zur Zukunft her: Wir sind nämlich davon überzeugt, dass Brüssel der richtige Ort um eine 'Schlafmesse' zu organizieren. Ein erheblicher Teil unserer Besucher hat bei der Registrierung angegeben, dass sie in einem Bettengeschäft tätig sind oder sich für Produkte aus dem Schlafbereich interessieren (+20%). Der Verkaufserfolg der Aussteller im Jahr 2022 war für uns auch ein Signal, weiter an der Zukunft von Brussels By Night zu arbeiten. Das haben wir letztes Jahr während der Messe von den Ausstellern selbst erfahren. Das Wichtigste für diese Ausgabe war eine größere Ausstellungsfläche bei gleichbleibender Qualität. Mit Ausstellern wie Hilding Anders, Nill Spring, Haarhuis & Jansen, Hukla, Aya of Sweden, Dauny, Elsach und Arctic Living, die zum ersten Mal in Brüssel ausstellen oder nach Abwesenheit zurückkehren, können wir sogar von einer eindeutigen Qualitätsverbesserung sprechen.

Natürlich gibt es noch einiges zu tun. So Fällt zum Beispiel auf das bei Brussels By Night keinerlei Austeller aus unserem Nachbarland Frankreich anwesend sind, obwohl es ein Land mit hohem Potenzial im Bereich des Schlafkomforts ist.

|  |
| --- |
| 2023 - Brussels By Night |
|  |
|  |  | **Herkunftsland** | **Anzahl** |  |
|  |  | Die Niederlanden | 16 |  |
|  |  | Belgien | 10 |  |
|  |  | Deutschland | 2 |  |
|  |  | Litauen | 2 |  |
|  |  | Schweden | 2 |  |
|  |  | Polen | 1 |  |
|  |  | Spanien | 1 |  |
|  |  |  | 34 |  |

Selbstverständlich gibt es in den anderen Hallen der Möbelmesse noch mehr Hersteller, die in der Bettenbranche tätig sind. Auf dem Stand von 'The Woods' in Halle 6 finden Sie einen Vorgeschmack von ihre Produkte, mit Verweis zu ihrem Stand.

**Contract**

Eine wichtige Entwicklung, inzwischen sehr bekannt, ist die zunehmende Interesse der Hersteller für den Projektmarkt. Ein Trend, der auch auf der Möbelmesse selbst zu beobachten ist. Immer mehr Aussteller werden auf Objektspezialisten aufmerksam und bitten uns daher, ihren Stand mit dem Label Contract auf dem Hallenplan zu versehen. In diesem Jahr haben wir 65 Aussteller gezählt, die das Label beantragt haben, das sind 30 % mehr als bei der letzten Ausgabe. Ein ähnlicher Trend ist bei der Betrachtung der Besucherprofile zu beobachten. Auffallend ist das jedes Jahr immer mehr Innerarchitekten die Möbelmesse besuchen, obwohl ihre Anwesenheit bisher noch nicht ganz proportional zur Zunahme der Contract-Aussteller ist. Für uns ein Zeichen für uns, dass an dieser Möglichkeit weiter gearbeitet werden muss!

**Zukunftsvision**

Abschliessend werfen wir erneut einem Blick in die Zukunft. Was können Sie von der Möbelmesse 2024 erwarten?

Die folgende Ausgabe der Möbelmesse findet vom 3. bis 6. November 2024 statt. Die Grundlagen bleiben unverändert. Die Möbelmesse steht für Sicherheit, Effizienz und gute Geschäfte in einem stimmungsvollen Umfeld. Wir möchten die oben genannten Möglichkeiten auch weiter ausbauen. Dabei geht es nicht um Wachstum um des Wachstums willen, sondern in erster Linie darum, eine Veranstaltung für alle Akteure unserer Branche zu sein, damit die Möbelmesse zu einem festlichen Erlebnis der Möbelprofis von allen als der Festtag der Möbelprofis erlebt wird.

Danke !