A person standing in front of a sign

Description automatically generated

**Brüsseler Möbelmesse – Pressekonferenz 2024**

1. Begrüßung durch Thomas Hibert, Brüsseler Möbelmesse
2. Konjunkturbericht 2024, vorgestellt von Filip De Jaeger, COO Fedustria
3. Brüsseler Möbelmesse, vorgestellt von Glenn De Maeseneer

**2. Konjunktur in der belgischen Möbelindustrie im Jahr 2023 und 6 M 2024**

**UMSATZRÜCKGANG AUFGRUND DER BEEINTRÄCHTIGTEN WETTBEWERBSFÄHIGKEIT UND DER SCHWACHEN NACHFRAGE**

Die belgische Möbelindustrie

Schlüsselzahlen (2023)

* 702 Unternehmen
* 9.559 Beschäftigte
* Umsatz: 2,1 Milliarden Euro
* Entwicklung der Aktivität nach Wert: -7 %
* Exportanteil: 57 %
* Anteil am Gesamtumsatz der belgischen Holz- und Möbelindustrie: 35 %

Zusammenfassende Entwicklungen in der ersten Hälfte des Jahres 2024

* Umsatz: 1.023,1 Millionen €, -7,8 % im Vergleich zum ersten Halbjahr 2023. Realer Rückgang des Volumens um 7,1 %
* Investitionen: -15,8 % im ersten Halbjahr 2024; 41,6 Millionen Euro
* Kapazitätsauslastung: 70,6 %
* Exporte: +0,4 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2023. Deutschland verdrängt die Niederlande mit einem starken Anstieg von 46,4 % vom zweiten Platz der Absatzmärkte. Frankreich bleibt der größte Absatzmarkt
* Importe: +1,1% im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2023

In der Möbelindustrie sank der Umsatz 2023 wertmäßig um 7 %, nachdem er sich 2022 stabilisiert hatte (-0,4 %), und erreichte 2,1 Milliarden Euro. Das Produktionsvolumen sank um 10,9 %, während die Verkaufspreise um 3,9 % stiegen. Die gestiegenen Verkaufspreise im Jahr 2023 spiegeln die teilweise Weitergabe der höheren Rohstoff-, Material-, Energie- und Lohnkosten wider.

Küchenmöbel sind die einzige Produktgruppe, die ihren Umsatz im Jahr 2023 halten konnte (+0,8 % im Wert); dies aufgrund eines Anstiegs der Verkaufspreise um 8,6 %. Das Produktionsvolumen sank um 7,8 %. Alle anderen Produktgruppen innerhalb der Möbelindustrie verzeichneten sowohl wert- als auch mengenmäßig einen Umsatzrückgang. Bei Wohnmöbeln sank der Umsatz wertmäßig um 5,5% und mengenmäßig um 11,0 %. Der Umsatz mit Büro- und Einzelhandelsmöbeln (-14,6 % im Wert und -15,8 % im Volumen) sowie mit Matratzen und Lattenrosten (-11,7 % im Wert und -13,8 % im Volumen) ging sowohl wert- als auch mengenmäßig stark zurück.

Auch aufgrund der schwachen Bautätigkeit blieb die Nachfrage gering und die Situation auf den Exportmärkten war ähnlich.

Im ersten Halbjahr 2024 sank der Umsatz weiter um 7,8 % im Wert und um 7,1 % im Volumen. Der Umsatz aller Produktgruppen ging sowohl wert- als auch mengenmäßig zurück.

**ENTWICKLUNG DES UMSATZES NACH PRODUKTGRUPPEN**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **In Millionen Euro** | **Entwicklung im Wert** | **Entwicklung des Volumens** | **In Millionen Euro** | **Entwicklung im Wert** | **Entwicklung des Volumens** |
| **2023** | **'23/'22** | **'23/'22** | **6 M 2024\*** | **6 M '24/'23\*** | **6 M '24/'23\*** |
| Stühle und Sessel, Esszimmer, Schlafzimmer, Badezimmer, Garten- und Terrassenmöbel | 878,4 | -5,5 % | -11,0 % | 440,0 | -4,5 % | -6,9 % |
| Büro- und Ladenmöbel | 489,4 | -14,6 % | -15,8 % | 230,4 | -11,1 % | -2,7 % |
| Küchenmöbel | 517,5 | +0,8 % | -7,8 % | 252,8 | -8,1 % | -10,3 % |
| Matratzen und Lattenroste | 218,7 | -11,7 % | -13,8 % | 99,9 | -13,0 % | -12,5 % |
| **Möbelindustrie \*\*** | **2.104,0** | **-7,0 %** | **-10,9 %** | **1.023,1** | **-7,8 %** | **-7,1 %** |

*\* Vorläufige Daten Quelle: FÖD Wirtschaft, Mehrwertsteuererklärungen*

*\*\*Möbelindustrie NACE 31*

**MÖBELEXPORTE UND -IMPORTE SINKEN 2023 - STABILISIERUNG DER EXPORTE IM ERSTEN HALBJAHR 2024**

Die belgischen Möbelexporte (incl. Transit) sind im Jahr 2023 um 10,8 % gesunken. 88,9 % der Möbelexporte gehen in den EU-Markt, wo die Lieferungen um 11,6 % zurückgingen. Die Verkäufe nach Frankreich, dem wichtigsten Exportmarkt mit einem Anteil von 32,4 %, und in die Niederlande, dem zweitwichtigsten Exportmarkt mit 24,4 %, gingen um 23,7 % bzw. 11,1 % stark zurück. Auf dem deutschen Markt, der mit 19 % der drittwichtigste Abnehmer ist, stiegen die Lieferungen jedoch um 14,9 %.

Das Vereinigte Königreich verlor seinen Platz als wichtigster Exportmarkt außerhalb der EU (2,5 % Anteil) an die USA (2,9 % Anteil), nachdem die Exporte in den US-Markt um 13 % gestiegen waren; die Exporte in das Vereinigte Königreich sanken dagegen um 10,6 %.

In der ersten Hälfte des Jahres 2024 blieben die Möbelexporte stabil (+0,4 %). Die Lieferungen auf den europäischen Markt gingen jedoch um 1,9 % zurück: Frankreich -13,0 % und die Niederlande -11,5 %. Da die Exporte nach Deutschland um +46,4 % gestiegen sind, ist dieses Land nun der zweitwichtigste Absatzmarkt für belgische Möbel.

Die Möbelimporte sind 2023 um 12,7 % gesunken. Der Rückgang der Importe aus China hält an (-8,1 % im Jahr 2022 und -14,9 % im Jahr 2023). Dennoch bleibt China mit einem Anteil von 26,4 % der wichtigste und sehr dominante Lieferant von Möbeln auf unserem Markt. Die niederländischen (15,9 % Anteil) und deutschen (12,7 % Anteil) Möbelimporte sanken um 4,1 % bzw. 10,2 %. Polen ist der viertwichtigste Lieferant mit einem Anteil von 9,2 % und hat seine Lieferungen beibehalten (-0,7 %).

In der ersten Hälfte des Jahres 2024 stiegen die Möbelimporte um 1,1 %. Der Rückgang der Einfuhren aus China kam zum Stillstand. Die Möbelimporte aus China stiegen im ersten Halbjahr 2024 um +16,2 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2023.

**SINKENDE INVESTITIONEN BEI EXTREM NIEDRIGER KAPAZITÄTSAUSLASTUNG**

Die Kapazitätsauslastung fiel im Jahr 2023 auf durchschnittlich 73,5 % und damit auf den niedrigsten Stand seit 10 Jahren (82,3 % im Jahr 2022). Im ersten Halbjahr 2024 lag die Kapazitätsauslastung bei 70,6 %, verglichen mit 74,2 % im ersten Halbjahr 2023. Im Jahr 2023 waren die Investitionen das dritte Jahr in Folge um 8 % höher als 2022. In der ersten Hälfte des Jahres 2024 gingen die Investitionen jedoch um 15,8 % gegenüber dem gleichen Zeitraum 2023 zurück.

**BESCHÄFTIGUNG GESUNKEN**

Die Möbelindustrie beschäftigte im Jahr 2023 9.559 Arbeitnehmer. Im Vergleich zu 2022 ist dies ein Rückgang um 204 Arbeitnehmer oder 2,1 % aufgrund von Insolvenzen. Im ersten Quartal 2024 ging die Beschäftigung weiter auf 8.933 Beschäftigte zurück: -8,9 % im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2023.

**ENTWICKLUNGEN IM MÖBELHANDEL**

Quelle: NBB

Die Auftragslage im Möbelhandel bleibt 2024 schwach. Vor allem in den ersten vier Monaten lag das Auftragsniveau deutlich unter dem von 2023. Auch im Juli-August gingen die Aufträge zurück. Kumuliert für die ersten acht Monate lagen die Aufträge um 2,8 % unter denen von 2023.

**AUSBLICK 2 auf das HALBJAHR 2024: ALLENFALLS STABILISIERUNG AUF NIEDRIGEM NIVEAU**

Nach einem historischen Tiefstand Mitte 2022 aufgrund der Energiekrise erholte sich das Verbrauchervertrauen sowohl in Belgien als auch in Europa im Jahr 2023. In den ersten 9 Monaten des Jahres 2024 war das belgische und europäische Verbrauchervertrauen im Allgemeinen höher als im Jahr 2023.

Afbeelding met tekst, schermopname, Perceel

Automatisch gegenereerde beschrijving

Die Konjunkturkurve der Möbelindustrie, die das Geschäftsvertrauen widerspiegelt und der tatsächlichen Wirtschaftstätigkeit etwa 3 Monate voraus ist, blieb Anfang 2024 auf einem extrem niedrigen Niveau. Im August-September verbesserte sich das Geschäftsvertrauen merklich.

**Synthetische Konjunkturkurve der Möbelindustrie**Afbeelding met lijn, Perceel, diagram, nummer

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Quelle: NBB**

Höhere Hypothekenzinsen und gestiegene Preise haben das Bauen erheblich verteuert. Es wird erwartet, dass sich die Bautätigkeit im Jahr 2024 noch nicht erholt und weiter leicht zurückgeht, was auch die Möbelindustrie betrifft.

Die erwartete stärkere europäische Erholung in der zweiten Hälfte dieses Jahres könnte sich positiv auf die Möbelexporte auswirken. Die geschwächte Wettbewerbsfähigkeit macht unsere Unternehmen auf den Exportmärkten jedoch weniger wettbewerbsfähig.

**EINFUHREN und AUSFUHREN 6 M 2024**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Belgische Importe** | | | | **Belgische Exporte** | | | | **Erfassungsbereich** |
|  | Teil |  |  |  | Teil |  |  |  | Prozent |
|  | 6 M 2024 | 6 M 2023 | 6 M 2024 | 6 M | 6 M 2024 | 6 M 2023 | 6 M 2024 | 6 M | 6 M 2024 |
|  | in % | 1000 EUR | 1000 EUR | 24/23 | in % | 1000 EUR | 1000 EUR | 24/23 | (Exp/imp) |
| **Europäische Union** | **58,2** | **759.175,6** | **718.148,7** | **-5,4** | **87,4** | **719.148,7** | **705.648,8** | **-1,9** | **98,3** |
| Frankreich | 5,6 | 74.355,3 | 68.951,3 | -7,3 | 29,7 | 275.969,1 | 240.053,1 | -13,0 | 348,1 |
| Niederlande | 14,3 | 200.470,1 | 176.868,3 | -11,8 | 21,8 | 198.995,8 | 176.192,1 | -11,5 | 99,6 |
| Deutschland | 11,4 | 164.005,3 | 140.668,3 | -14,2 | 23,6 | 130.249,2 | 190.701,3 | 46,4 | 135,6 |
| Italien | 5,9 | 77.703,0 | 72.650,6 | -6,5 | 2,0 | 23.902,3 | 16.516,9 | -30,9 | 22,7 |
| Irland | 0,1 | 1.532,3 | 689,8 | -55,0 | 1,4 | 10.100,2 | 11.573,5 | 14,6 | 1.677,8 |
| Dänemark | 3,9 | 27.535,9 | 47.968,8 | 74,2 | 0,3 | 3.010,4 | 2.203,0 | -26,8 | 4,6 |
| Griechenland | 0,0 | 123,3 | 33,6 | -72,7 | 0,2 | 2.234,6 | 1.982,0 | -11,3 | 5.892,7 |
| Portugal | 0,4 | 4.628,5 | 4.914,5 | 6,2 | 0,5 | 5.510,0 | 4.237,8 | -23,1 | 86,2 |
| Spanien | 0,9 | 13.786,6 | 10.613,0 | -23,0 | 2,0 | 17.879,4 | 16.279,3 | -8,9 | 153,4 |
| Luxemburg | 0,0 | 831,1 | 278,2 | -66,5 | 1,4 | 12.923,9 | 11.507,0 | -11,0 | 4.136,5 |
| Ceuta | 0,0 | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | 16,2 | 18,6 | 15,3 | - |
| Schweden | 0,9 | 15.395,9 | 11.179,7 | -27,4 | 0,4 | 3.852,5 | 3.197,0 | -17,0 | 28,6 |
| Finnland | 0,4 | 5.072,1 | 4.890,0 | -3,6 | 0,1 | 768,1 | 582,5 | -24,2 | 11,9 |
| Österreich | 0,3 | 3.339,5 | 3.147,2 | -5,8 | 0,8 | 6.822,0 | 6.311,9 | -7,5 | 200,6 |
| Malta | 0,0 | 2,1 | 83,6 | 3.913,9 | 0,1 | 361,7 | 496,8 | 37,4 | 594,4 |
| Estland | 0,1 | 2.060,5 | 1.127,4 | -45,3 | 0,1 | 544,9 | 409,3 | -24,9 | 36,3 |
| Lettland | 0,0 | 387,1 | 252,9 | -34,6 | 0,0 | 134,3 | 190,8 | 42,0 | 75,4 |
| Litauen | 1,6 | 14.016,1 | 20.168,7 | 43,9 | 0,6 | 2.640,8 | 5.117,6 | 93,8 | 25,4 |
| Polen | 8,5 | 104.329,9 | 105.321,2 | 1,0 | 1,0 | 8.843,2 | 7.776,4 | -12,1 | 7,4 |
| Tschechische Republik | 0,7 | 8.008,7 | 8.200,6 | 2,4 | 0,7 | 6.428,1 | 5.714,3 | -11,1 | 69,7 |
| Slowakei | 0,2 | 950,5 | 2.139,3 | 125,1 | 0,1 | 836,8 | 764,5 | -8,6 | 35,7 |
| Ungarn | 0,7 | 8.702,5 | 8.342,5 | -4,1 | 0,1 | 720,2 | 860,9 | 19,5 | 10,3 |
| Rumänien | 2,1 | 27.371,5 | 25.487,1 | -6,9 | 0,2 | 1.253,6 | 1.316,3 | 5,0 | 5,2 |
| Bulgarien | 0,2 | 2.978,0 | 2.947,9 | -1,0 | 0,0 | 2.066,1 | 319,9 | -84,5 | 10,9 |
| Slowenien | 0,0 | 640,8 | 309,3 | -51,7 | 0,0 | 361,8 | 391,9 | 8,3 | 126,7 |
| Kroatien | 0,1 | 949,1 | 906,6 | -4,5 | 0,1 | 477,5 | 520,2 | 8,9 | 57,4 |
| Zypern | 0,0 | 0,1 | 8,1 | 14.432,1 | 0,1 | 2.246,0 | 414,0 | -81,6 | 5.087,0 |
| **Vereinigtes Königreich** | **0,7** | **8.461,6** | **8.634,0** | **2,0** | **2,9** | **19.146,2** | **23.764,1** | **24,1** | **275,2** |
| Norwegen | 0,0 | 30,4 | 38,5 | 26,8 | 0,1 | 896,1 | 976,1 | 8,9 | 2.534,4 |
| Schweiz | 0,1 | 1.062,9 | 639,3 | -39,9 | 1,4 | 11.084,4 | 10.930,3 | -1,4 | 1.709,7 |
| Türkei | 3,8 | 46.790,9 | 46.729,1 | -0,1 | 0,1 | 230,1 | 466,4 | 102,7 | 1,0 |
| Bosnien-Herzegowina | 0,2 | 2.060,8 | 2.108,0 | 2,3 | 0,0 | 13,0 | 27,0 | 107,3 | 1,3 |
| Kosovo | 0,1 | 763,2 | 825,3 | 8,1 | 0,0 | 53,7 | 49,9 | -7,0 | 6,0 |
| Mazedonien | 0,0 | 727,3 | 437,8 | -39,8 | 0,0 | 58,6 | 54,5 | -7,0 | 12,4 |
| Serbien | 0,7 | 8.768,2 | 8.230,2 | -6,1 | 0,0 | 152,1 | 213,5 | 40,4 | 2,6 |
| Albanien | 0,0 | 885,4 | 336,9 | -62,0 | 0,0 | 7,4 | 8,6 | 16,6 | 2,6 |
| Ukraine | 0,9 | 9.947,2 | 10.996,4 | 10,5 | 0,0 | 150,6 | 85,1 | -43,5 | 0,8 |
| Weißrussland | 0,1 | 1.006,3 | 1.071,0 | 6,4 | 0,0 | 0,4 | 0,7 | 51,7 | 0,1 |
| **Rest von Europa** | **5,8** | **72.233,1** | **71.465,3** | **-1,1** | **1,7** | **13.914,1** | **14.100,8** | **+1,3** | **19,7** |
| **Nord-Amerika** | **0,3** | **4.180,4** | **3.522,3** | **-15,7** | **3,6** | **20.759,4** | **28.815,7** | **38,8** | **818,1** |
| **Lateinamerika** | **0,1** | **1.079,0** | **1.351,6** | **25,3** | **0,3** | **2.400,7** | **2.019,0** | **-15,9** | **149,4** |
| **Afrika** | **0,1** | **784,4** | **656,8** | **-16,3** | **1,5** | **11.642,4** | **12.247,4** | **5,2** | **1.864,8** |
| **Mittlerer Osten** | **0,4** | **3.946,8** | **5.487,1** | **39,0** | **1,2** | **7.533,9** | **9.431,5** | **25,2** | **171,9** |
| **Ferner Osten** | **34,3** | **369.580,4** | **423.448,2** | **14,6** | **1,1** | **7.528,1** | **9.022,0** | **19,8** | **2,1** |
| *Indien* | *0,9* | *8.907,6* | *10.894,5* | *22,3* | *0,1* | *496,9* | *1.077,6* | *116,8* | *9,9* |
| *Thailand* | *0,1* | *2.187,8* | *1.823,5* | *-16,6* | *0,0* | *532,5* | *302,6* | *-43,2* | *16,6* |
| *Vietnam* | *2,2* | *17.264,7* | *27.054,0* | *56,7* | *0,0* | *188,4* | *86,0* | *-54,4* | *0,3* |
| *Kambodscha* | *0,0* | *0,0* | *5,3* | *-* | *0,0* | *688,9* | *371,8* | *-46,0* | *6.981,6* |
| *Indonesien* | *2,1* | *32.436,7* | *25.696,1* | *-20,8* | *0,0* | *237,5* | *182,5* | *-23,2* | *0,7* |
| *Malaysia* | *0,4* | *3.989,4* | *4.459,3* | *11,8* | *0,0* | *112,7* | *42,5* | *-62,3* | *1,0* |
| *Singapur* | *0,0* | *87,6* | *46,9* | *-46,5* | *0,1* | *471,2* | *829,3* | *76,0* | *1.768,7* |
| *Philippinen* | *0,0* | *218,9* | *329,2* | *50,4* | *0,0* | *180,1* | *71,7* | *-60,2* | *21,8* |
| *China* | *28,5* | *302.064,1* | *350.894,1* | *16,2* | *0,3* | *1.736,7* | *2.337,4* | *34,6* | *0,7* |
| *Südkorea* | *0,0* | *102,2* | *112,1* | *9,7* | *0,1* | *521,5* | *607,5* | *16,5* | *542,0* |
| *Japan* | *0,1* | *883,8* | *944,6* | *6,9* | *0,2* | *1.062,1* | *1.279,9* | *20,5* | *135,5* |
| *Taiwan* | *0,1* | *608,4* | *807,9* | *32,8* | *0,0* | *416,4* | *343,9* | *-17,4* | *42,6* |
| *Hongkong* | *0,0* | *692,5* | *264,5* | *-61,8* | *0,2* | *822,7* | *1.284,0* | *56,1* | *485,4* |
| **Ozeanien** | **0,0** | **214,4** | **220,9** | **3,0** | **0,3** | **1.975,2** | **2.470,8** | **25,1** | **1.118,7** |
| **Gesamt** | **100,0** | **1.219.655,9** | **1.232.934,8** | **1,1** | **100,0** | **804.048,7** | **807.520,1** | **0,4** | **65,5** |

**SCHLUSSWORT**

Die Phase geringerer wirtschaftlicher Aktivität, die die Möbelbranche, wie auch viele andere Wirtschaftszweige, durchlebt, hindert die Unternehmen nicht daran, den Weg der Nachhaltigkeit, der Kreislaufwirtschaft und der Innovation/Produktentwicklung weiter zu beschreiten und sich auf die Zukunft vorzubereiten.

Zum Teil im Lichte von Gesetzesinitiativen, wie der erweiterten Herstellerverantwortung, werden verstärkte Anstrengungen unternommen, z.B. Ökodesign und „Design for Disassembly“, das die Wiederverwendung und das Recycling von Materialien und Rohstoffen ermöglicht. Ein Vorreiter in diesem Bereich ist zweifellos der Matratzensektor, wo zunehmend kreislauffähige Lösungen auf dem Markt angeboten werden. Die belgischen Hersteller nehmen hier eine führende Rolle ein und dienen ihren europäischen Kollegen oft als Beispiel. Die Aufgabe besteht nun darin, auch die Verbraucher für die Bedeutung dieser kreislauforientierten und ökologisch verantwortungsvollen Lösungen und Produkte zu sensibilisieren.

In den letzten Jahren hat sich der Fokus auch zunehmend auf die Nachhaltigkeit gerichtet. Während die Europäische Holzverordnung, die 2013 in Kraft trat, den Schwerpunkt auf die Legalität legte, verleiht die Einführung der EU-Verordnung zur Entwaldung, die nun mit einem Jahr Verspätung in Kraft tritt, diesem Aspekt einen zusätzlichen Schub. Denn zusätzlich zu den gesetzlichen Bestimmungen wird nun auch die nachhaltige Herkunft des Holzes berücksichtigt. Darüber hinaus werden Sitzmöbel, die bisher von den Verpflichtungen der Holzverordnung ausgenommen waren, nun ebenfalls von dieser Gesetzgebung erfasst. Für Importeure, aber auch für Exporteure, ergeben sich daraus zusätzliche Maßnahmen und Verpflichtungen, um sowohl die Legalität als auch die Nachhaltigkeit der angebotenen Produkte zu gewährleisten. Fedustria berät und unterstützt seine Mitglieder in dieser Angelegenheit und arbeitet dabei eng mit den europäischen Dachverbänden CEI-Bois (Zentralverband der europäischen Holzindustrie) und EFIC (European Furniture Industries Confederation) zusammen.

Die mögliche Verschiebung der Verpflichtungen um ein Jahr - das Europäische Parlament muss noch zustimmen - sollte die Marktteilnehmer keinesfalls dazu verleiten, die Vorbereitungen auf die neuen Verpflichtungen auszusetzen oder zu verzögern. Im Gegenteil, Fedustria fordert seine Mitglieder auf, diese zusätzlichen Monate zu nutzen, um sich gut vorzubereiten.

Mit Initiativen wie der Trendplattform [[WATF](https://watf.news/)](http://WATF) (Woodcrafts and Textile Futures) und dem MINT-Tool [TWIINZ.WORLD](https://twiinz.world/), das in Zusammenarbeit mit der Jugendmarketing-Agentur Trendwolves entwickelt wurde, will Fedustria junge Talente an die Branche heranführen. Anfang Oktober wurde das zweite Jahr in Folge ein Trendreport veröffentlicht, diesmal mit dem Schwerpunkt „Augmented Creativity“, der eine Reihe von inspirierenden Beispielen aus der Branche enthält. Über TWIINZ.WORLD können 10- bis 14-Jährige in einer virtuellen Welt mit 3D-Produkten von Fedustria-Mitgliedsunternehmen kreativ werden und ihre eigene Traumwelt erschaffen.

Die belgischen Möbelhersteller sind auch auf der Suche nach neuen Marktchancen, insbesondere im Ausland. Gruppenbeteiligungen an Messen unter dem Motto 'Belgian Furniture powered by Fedustria', wie z.B. in Mailand oder im Nahen Osten, ebnen den Weg. Aber auch die Brüsseler Möbelmesse bietet dafür Möglichkeiten, z.B. mit einem zusätzlichen Fokus auf das Angebot an Außenmöbeln über die „Outdoor-Insel“.

Schließlich wird die Verschiebung der Kölner Möbelmesse Anfang 2025 hoffentlich dazu führen, dass sich deutsche und andere Einkäufer Brüssel zuwenden. Wir werden sie schon jetzt mit offenen Armen empfangen.

---------------------------------------------------

Zusätzliche Informationen: Katja Devos ([katja.devos@fedustria.be](mailto:katja.devos@fedustria.be)), +32 476 316467 / Filip De Jaeger ([filip.de.jaeger@fedustria.be](mailto:filip.de.jaeger@fedustria.be)), +32 486 898184

1. **BRÜSSELER MÖBELMESSE**

**Kampagne – Growing Homes**

Der Kampagneslogan Growing Homes wurde bereits einmal in unserem Newsletter Brussels Furniture AfFairs ausführlich erläutert, wie auch der für die Kampagne erstellte Videoclip und was sich dahinter verbirgt. Die vollständige Beschreibung finden Sie in der Vorschau auf unserer Website.

Aber für diese Pressekonferenz und zum Auffrischen der Erinnerung, fasse ich das Wesentliche hier noch einmal kurz zusammen.

Growing **Homes**: Jeder von uns braucht ein Zuhause. Als Lebensraum für die Familie. Zum Entspannen nach einem langen Arbeitstag. Um Freunde und Familie willkommen zu heißen. Als Zufluchtsort, wenn wir eine verstörende Nachricht erhalten haben. Und selbst nach einem lang ersehnten, erholsamen Urlaub freuen wir uns darauf, in unser vertrautes Heim zurückzukehren.

Dieses Schaffen eines Gefühls von Zuhausesein und Gemütlichkeit ist der Ausgangspunkt eines jeden Möbelherstellers. Und auch für uns als Veranstalter dieser Messe sind Geselligkeit und ein herzlicher Empfang oberstes Gebot.

**Growing** Homes: In den letzten Jahren haben wir intensiv daran gearbeitet, ein solides Fundament zu schaffen. Ein Fundament, das unerlässlich ist, um unseren Ausstellern und Besuchern die erstrebte Sicherheit und Kontinuität bieten zu können. Aber wie wir im letzten Jahr mit unserer Kampagne The Future is FurNature stark hervorgehoben haben, richten wir unseren Blick auch immer nach vorne auf die weitere Entwicklung. Das Wort Wachstum in unserem Slogan bezieht sich dabei nicht unbedingt auf die Fläche oder die Anzahl der Aussteller. Sondern auf eine gesunde Entwicklung im Sinne einer qualitativ noch hochwertigeren, moderneren und effizienteren Messe.

**So what’s new?**

Um unser Ziel zu erreichen, werden wir weiterhin auf dem aufbauen, was Brüssel heute so einzigartig macht (man denke an Gastfreundschaft, Hallendekoration, Animation), und natürlich Neues hinzufügen. Wie können wir unsere Besucher bei der Stange halten und zusätzliches Interesse wecken, war dabei die Kernfrage.

**Belgian Design Island**

Beginnen wir mit dem Belgian Design Island. Dies führt uns zurück zum Ursprung der im 1937 gegründeten, damals noch nationalen, Möbelmesse Brüssel. Sie war gedacht, um den belgischen Möbelsektor zu unterstützen.

Mit dem Belgian Design Island richten wir die Scheinwerfer auf unsere belgischen Designer und das belgische Design, die ihr weltweites Renommee großem Können verdanken. Hier finden die Besucher einen eigenen Hub für Design- und Deko-Objekte, von Möbeln bis zu Beleuchtung, von Textilien bis zu Teppichen.

Ein solches Konzept verdient ein angemessenes Umfeld, und auch hier haben wir viel Energie darauf verwendet, ein Gesamterlebnis zu schaffen, wo auch Aspekte des Konzepts „Das Geschäft von morgen“ zum Tragen kommen. Wenn Sie die Brüsseler Möbelmesse 2024 wirklich erlebt haben wollen, dann müssen Sie hier gewesen sein.

Gleichzeitig passt das Belgian Design Island auch zu unserer Philosophie, ein breiteres Publikum auf dem Privat- und Objektmarkt ansprechen und unterstützen zu wollen.

**Belgian Outdoor**

Ebenfalls neu in diesem Jahr ist die belgische Outdoor-Plattform. Es ist wohl kein Geheimnis, dass wir schon langen den Wunsch hegten, Outdoor-Möbel in unser Angebot aufzunehmen. Deshalb haben wir uns für eine gezielte Investition entschieden, ähnlich wie 2022 in unsere Halle Brussels by Night. Wir führten einen Outdoor-Stand ein, auf dem verschiedene Marken zugkräftig zusammenstehen. Kleine, aber ausgeklügelte Schritte in Richtung Zukunft.

**Brussels by Night**

Nicht neu, wohl aber gibt es viel Neues zu entdecken. Der Trend setzt sich fort. Nach unserer gezielten Investition im Jahr 2022 gewinnt unsere Bedding-Halle weiter an Qualität. 90 % der belegten Fläche wurden 2023 wieder von denselben Ausstellern belegt (ein Beweis für Kontinuität), und wir erleben ein qualitatives Wachstum mit Newcomern wie Luxury Bedding Company, Adova Group, Gomarco und Rogaswisstech. Eine schöne Internationalisierung des Angebots.

|  |  |
| --- | --- |
| **2024 - Brussels by Night** | |
| *Land* | *#vertretene Marken* |
| Belgien | 12 |
| Niederlande | 10 |
| Deutschland | 2 |
| Frankreich | 2 |
| Ungarn | 1 |
| Litauen | 1 |
| Spanien | 1 |
| Vereinigtes Königreich | 1 |

**Information verbunden mit Animation**

Auch in diesem Jahr werden die Besucher von unseren Zeitungsjungens und -mädchen empfangen. Sie überreichen Ihnen mit einem Lächeln die Messezeitung **La Gazette.** Dort finden Sie noch einmal die Neuheiten zusammengefasst mit einem Wegweiser durch die Hallen. So werden die Besucher ermutigt, die gesamte Messe zu entdecken und gleichzeitig auch in den schönen Ruhe- und Essbereichen Entspannung zu suchen.

Aber Zeit ist Geld, und wir wollen unsere Besucher natürlich nicht von ihren vertrauten Herstellern fernhalten. Deshalb haben wir den **Fair Express** eingeführt, der Sie mit doppelter Geschwindigkeit, aber dennoch effizient und auf unterhaltsame Weise durch die Hallen lotst. Und an Bord kommt mit unseren Rikschafahrern das Erlebnis nicht zu kurz.

**Die Brüsseler Möbelmesse 2024 in Zahlen**

Sieht man sich die Zahlen in der nachstehenden Tabelle an, fällt sofort auf, dass die Hersteller aus den Niederlanden auch in diesem Jahr wieder zahlreich vertreten sind, so dass kaum noch ein Unterschied zwischen der Anzahl der niederländischen und der belgischen Marken besteht. Am auffälligsten ist dies bei Brussels By Night (Halle 6), in Halle 8, die für ihre charmanten und stimmungsvollen Kollektionen bekannt ist, und natürlich bei 'Holland à la Carte' im Patio, der kleinen Halle, in der ausschließlich führende niederländische Marken vertreten sind.

|  |  |
| --- | --- |
| **2024 – Auf der Brüsseler Möbelmesse vertretene Marken** | |
| *Land* | *#vertretene Marken* |
| Belgien | 81 |
| Niederlande | 70 |
| Deutschland | 13 |
| Polen | 10 |
| Ukraine | 10 |
| Frankreich | 8 |
| Litauen | 6 |
| Italien | 5 |
| Dänemark | 4 |
| Türkei | 3 |
| Estland | 2 |
| Portugal | 2 |
| Österreich | 1 |
| China | 1 |
| Ungarn | 1 |
| Norwegen | 1 |
| Singapur | 1 |
| Spanien | 1 |
| Vereinigtes Königreich | 1 |
| **INSGESAMT** | **221** |

An dritter Stelle steht Deutschland, für das unsere Messe zweifelsohne als der Ort gilt, wo man die Einzelhändler der Benelux-Länder erreichen kann. Dasselbe trifft übrigens ebenso für Polen zu, auch immer in Brüssel zugegen.

Wir stellen des Weiteren fest, dass die Zahl der Aussteller aus Italien, die in der Regel in Halle 3 zu finden sind, in diesem Jahr etwas geringer ausfällt - eine Wachstumschance für das nächste Jahr, in dem wir unsere Aufmerksamkeit unbedingt wieder auf die europäische Halbinsel richten werden, die in Brüssel besonders für ihre hochwertigen Sofas bekannt ist.

Der Unterschied zu früheren Editionen der Möbelmesse ist vor allem in Halle 9 zu bemerken. Dem aufmerksamen Betrachter fällt die etwas kleine Ausstellungsfläche auf bei einem gleichzeitigen Gewinn an Qualität. Eine sehr bewusste Strategie, mit der wir auf die Fragen und Bemerkungen der treuen Aussteller in Halle 9 eingegangen sind. Die Präsenz einiger Qualitätsmarken aus der Ukraine und der Region Lodz (Polen) ist ein gutes Beispiel dafür.

**Zukunftsvisionen**

Zum Abschluss richten wir wiederum den Blick in die Zukunft. Was dürfen Sie von der Möbelmesse 2025 erwarten?

Die nächste Edition der Brüsseler Möbelmesse wird vom 2. bis 5. November 2025 stattfinden.

Die Möbelmesse steht für Sicherheit, Effizienz und gute Geschäfte in einer stimmungsvollen Umgebung. Dieser letzte Satz ist genau derselbe wie in Ihrer Pressemappe 2023 und das ist kein Zufall, sondern ist die Essenz selbst der Brüsseler Möbelmesse. Unsere Wurzeln sind gut entwickelt und reichen tief in den Grund, und die Entwicklung wird weitergehen.