

Konjunktur

Schwächephase nach gutem Start



Industrie:
-7,6%



Handel:
-5,4%

ment“ der deutschen Möbelbranche, die Küchenmöbelindustrie, konnte im Februar 2017 deutlich weniger Umsatz generieren (-9,4%) als im Vorjahresmonat – wengleich dieser speziell im Küchenmöbelsegment (+16,5%) sehr stark war. Die größten Rückgänge verzeichneten Büromöbel mit einem Minus von 23,6% im Ausland und Polstermöbel mit 12,5% weniger Umsatz im Inland. Die deutsche Möbelindustrie liegt damit insgesamt in den ersten zwei Monaten 2017 in etwa auf dem Vorjahresniveau (+0,2%).

Möbelaußenhandel rückläufig

Auch der deutsche Möbelaußenhandel erzielte im Februar 2017 kein gutes Ergebnis, und die Ausfuhren sanken um 10,1% im Vergleich zum Vorjahresmonat. Einzig Matratzen wurden 6,3% mehr exportiert als im Februar 2016. Alle anderen Segmente wiesen teilweise erhebliche Rückgänge der Ausfuhren auf, wobei diese bei Ladenmöbeln (-25,6%) und Büromöbeln (-17,2%) am deutlichsten ausfielen. Positive Signale senden hingegen die Einfuhren des deutschen Möbelaußenhandels, die im Februar um 14,7% abnahmen. Ladenmöbel (-44,0%) wurden deutlich weniger importiert – allerdings auf überschaubarem Niveau (4 Mio. Euro). Deutlich mehr ins Gewicht fällt da der Importrückgang der Sonstigen Polstermöbel in Höhe von 21,3%, die mit 395 Mio. Euro weiterhin den größten Wert

der Möbeleinfuhren aus dem Ausland vorzuweisen haben. Während Küchenmöbel (-16,9%) und Wohnmöbel ohne Polstermöbel (-13,2%) ebenfalls weniger importiert wurden, stieg einzig bei den Matratzen das Importvolumen um 5,0% an. Insgesamt stehen für den deutschen Möbelhandel damit im Februar Einfuhren im Wert von 1,05 Mrd. Euro Ausfuhren in Höhe von 830 Mio. Euro gegenüber. In den ersten beiden Monaten des neuen Jahres wurden damit 8,2% weniger Möbel eingeführt als im Vergleichszeitraum 2016. Die Ausfuhren sind bis Februar mit -4,4% allerdings ebenfalls rückläufig. Auch die Umsätze im deutschen Möbelhandel haben im Februar – nach einem guten ersten Monat im neuen Jahr – ebenfalls nachgelassen und lagen um 5,4% unter denen des Vorjahresmonats.

Holzgewerbe verliert

Ähnlich mäßig wie für die deutsche Möbelindustrie lief der Februar auch für das deutsche Holzgewerbe, wo die Umsätze im Vergleich zum Vorjahresmonat um 4,3% nach unten gingen. Das größte Segment der Branche, der Baunahe Bereich, erzielte 1,8% weniger Umsatz. Um 8,7% ging der Umsatz bei den Holzwerkstoffen, dem zweitgrößten Segment des deutschen Holzgewerbes, zurück. Sägewerke machten 2,4% weniger Umsatz. Die Verkaufszahlen von Parketttafeln gingen um 12,1% zurück.

Nur Holzverpackungen konnten zulegen und erzielten im Februar 2,8% mehr Umsatz als im Vorjahresmonat.

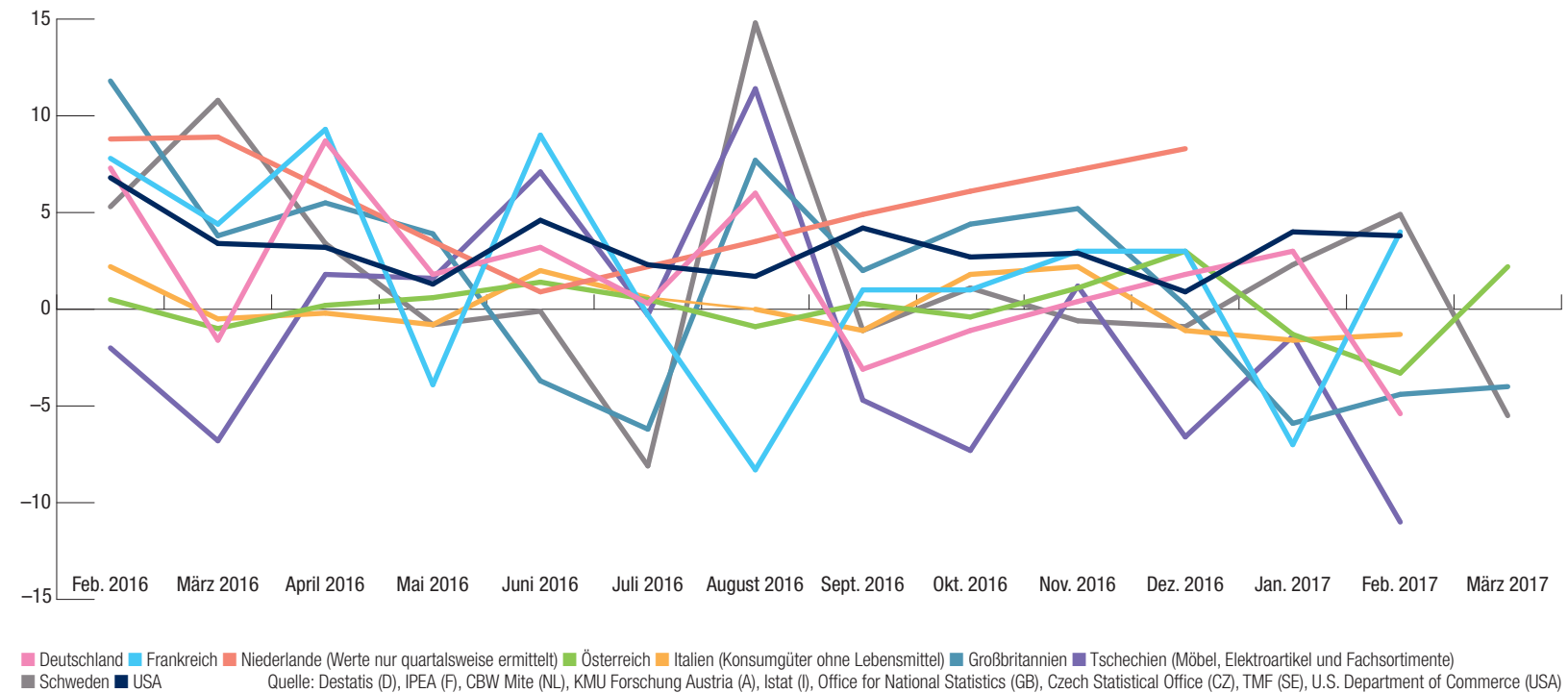
Büromöbelmarkt wächst

Auf ein erfolgreiches Gesamtjahr 2016 blickt die deutsche Büromöbelbranche zurück, in dem sie zum dritten Mal in Folge ihr Marktvolumen steigern konnte und um 3,7% gegenüber dem Vorjahr gewachsen ist. Dies geht aus einer Studie von Marketmedia24 hervor. Der Generationswechsel auf dem Arbeitsmarkt, das steigende Gesundheitsbewusstsein und die Digitalisierung sind die Hauptgründe für das Wachstum. Allerdings können nicht alle Produktgruppen und Marktteilnehmer gleichermaßen von dem Umbruch der Branche profitieren. So verlieren Bürofachhandel und -fachmärkte als Marktführer kontinuierlich Umsatzanteile und konnten 2016 nur um 0,7% wachsen, während der Interaktive Handel um 20,0% zulegte. Durchschnittlich gab 2016 jeder Deutsche 31,93 Euro für die Einrichtung von Büros aus. „In zwei Jahren wird diese Konsumausgabe auf über 33 Euro gestiegen sein“, so Karl Oerder, Marktforschungsleiter Marketmedia24.

Konsumklima verbessert

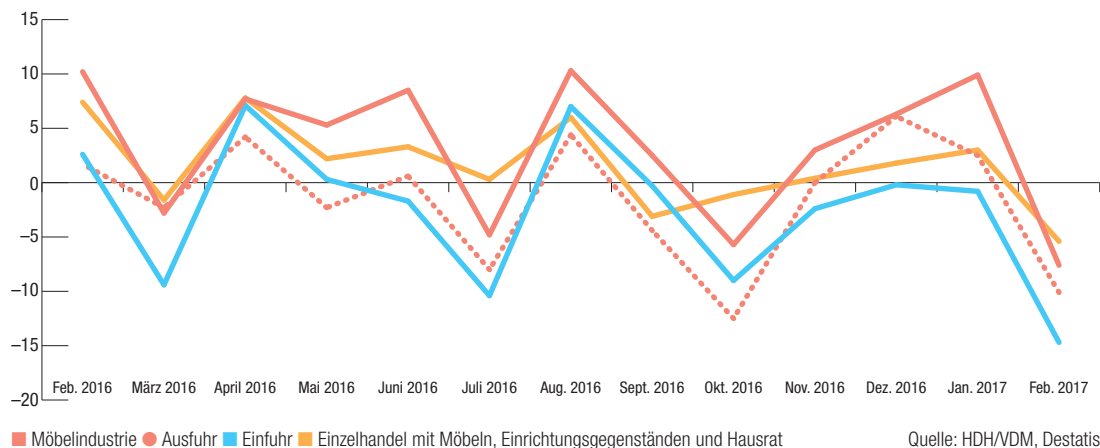
In eine positive Richtung entwickelt sich auch die Verbraucherstimmung in Deutschland. Die Prognosen der GfK für das Konsumklima liegen im Mai bei 10,2 Punkten und damit über dem April-Wert von 9,8 Zählern. Der zunehmende Konjunkturoptimismus sowie ein moderater Anstieg der Preise sorgen dafür, dass auch die Einkommensaussichten der Deutschen auf einem ohnehin schon hohen Niveau deutlich zunehmen. Entsprechend kann auch die Anschaffungsneigung um rund fünf Punkte auf 60,2 Zähler zulegen. Europaweit hat sich die positive Stimmung der Verbraucher im ersten Quartal 2017 insgesamt ebenfalls fortgesetzt. Die GfK misst für das Konsumklima der EU 28 im März gute 18,9 Punkte. Allerdings nehmen die einzelnen Länder keine gleichermaßen positive Entwicklung. Während in Frankreich, Großbritannien und Italien kein gutes Konsumklima herrscht, entwickeln sich neben Deutschland auch Österreich, Polen oder die Niederlande gut. moebelmarkt.de → THEMEN

Grafik 2: Konjunktur-Barometer – Einrichtungshandels-Märkte in Europa und den USA (Umsatzentwicklung Möbel und Einrichtungsgegenstände, Veränderung in Prozent)



Anzeige

Grafik 1: Konjunktur-Barometer der deutschen Einrichtungsbranche bis Februar 2017 (in Prozent)



Quelle: HDH/VDM, Destatis

FARHADIAN
ESMAIL & SÖHNE

