



Furniture China 2024

# Ein Aufbruch mit Fragezeichen

**Zum zweiten Mal nach der Pandemie fand in Shanghai die Furniture China statt. Sie sollte trotz der weltweiten Herausforderungen positive Stimmung verbreiten. Mit Erfolg: Stefan Mielchen war für MÖBELMARKT vor Ort und traf auf gut gelaunte Aussteller – in einem Land, das auch als Branchenprimus mit den Schwierigkeiten des Marktes zu kämpfen hat.**

In schwierigen Zeiten kann eine gehörige Portion Optimismus nicht schaden. Auch am größten Möbelproduzenten der Welt gehen die globalen Entwicklungen nicht spurlos vorbei, doch davon wollten sich die Veranstalter der Furniture China ganz offensichtlich nicht entmutigen lassen.

„UP is just in Time!“ lautete das Motto der viertägigen Messe in Shanghai, was wohl bedeuten sollte, dass es genau zur rechten Zeit wieder aufwärtsgehe. Die Realität ist weitaus komplizierter und eine nachhaltige Aufwärtsbewegung dringend notwendig.

Die rückläufige globale Nachfrage auf den wichtigsten Handelsmärkten und das schwierige internationale Handelsumfeld haben die chinesische Möbelindustrie jedenfalls vor einige Herausforderungen gestellt. Im Zuge der Handelskonflikte mit den USA haben viele Hersteller ihre Produktion ins be-

nachbarte Vietnam verlegt, andere nach Mexiko. Hinzu kommen die internen Faktoren wie steigende Produktionskosten und sich verschlechternde Marktbedingungen im eigenen Land sowie die schwierige Lage auf dem chinesischen Immobilienmarkt.

## Exporte nach Deutschland ziehen wieder an

In Deutschland sind die Möbelimporte aus China im ersten Halbjahr 2024 zwar wieder um 14% auf 1,364 Mrd. Euro gestiegen. Doch im Vergleichszeitraum

Das dänische Unternehmen Unique Furniture liefert weltweit in 80 Länder, besonders stark sind neben Europa auch Nordamerika, Australien und Neuseeland.



des Vorjahres waren sie noch um mehr als ein Drittel geschrumpft. Die Bundesrepublik ist für China nur ein Markt unter vielen, aber ein gutes Beispiel für die aktuellen Schwierigkeiten.

Hoffnung schöpfen die chinesischen Hersteller vor allem aus dem asiatisch-pazifischen Markt, der für 70% der Möbelproduktion und -ausfuhr Chinas steht. Denn obwohl die die außersaisonalen Märkte traditionell der Motor des chinesischen Exportwachstums waren, hat der Handel innerhalb des asiatisch-pazifischen Raums in den letzten zehn Jahren um mehr als 40% zugenommen, nicht zuletzt dank verschiedener Freihandelsabkommen. Das Publikum der Furniture China war entsprechend international, die wichtigsten Einkäufer aus Europa waren ebenso am Start wie aus den USA, aus Asien oder Australien. Insgesamt kamen 167.250 Besucher zur Messe nach Shanghai, darunter 28.644 Einkäufer aus Übersee, was einen Zuwachs von 11,9% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet.

Auf insgesamt 350.000 Quadratmetern zeigten Aussteller aus 26 Nationen ihre Einrichtungsinnovationen. In den Messehallen des Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) befanden sich fünf internationale Pavillons aus Frankreich, Belgien, Singapur, Malaysia und der Türkei.

## Positive Stimmen zum europäischen Markt

„Hier ist ordentlich was los“, freute sich Fritz Bleilinger, Manager für DACH und Tschechien, am Stand von ManWah. Das Unternehmen gilt als der weltweit größte Polstermöbelhersteller und beschäftigt 30.000 Mitarbeiter. ManWah betreibt allein in China deutlich über 8.000 Geschäfte. Das Verkaufsteam auf



„Bei uns hat alles eine Funktion“: Fritz Bleilinger, Manager für DACH und Tschechien, am Stand des chinesischen Möbelgiganten ManWah.

der Messe war über 100 Mann stark. Viele Kunden kamen aus Europa, auf der Messe gezeigt wurden Modelle für den gesamten Weltmarkt. Dabei stehen Sitzmöbel eindeutig im Fokus. „Bei uns hat alles eine Funktion“, so Bleilinger. Motorisch verstellbare Sofas oder Relax-Sessel sind Standard. Auch Schlafsofas wurden in Shanghai gezeigt. Zwischen 800 und 900 Modelle hat das Unternehmen im Angebot, jährlich gibt es bis zu 400 Neuheiten. Produziert wird außer im

Stammwerk in Huizhou im Süden Chinas an 15 weiteren Standorten, unter anderem auch in Vietnam, Polen und der Ukraine sowie in Mexiko – die amerikanischen Zollschranken für den wichtigen US-Markt können so umgangen werden. Auch wenn die gegenwärtig herausfordernde Zeit selbst einen Branchenprimus wie ManWah nachdenklich macht, gab sich Bleilinger in Shanghai optimistisch und versicherte: „In Europa sind wir gut unterwegs.“

Das deutsche Unternehmen Finori war Corona-bedingt vier Jahre nicht auf der Furniture China vertreten und im September erstmals wieder mit einem 80 Quadratmeter großen Stand vor Ort. „Wir treffen hier Kunden aus der ganzen Welt, darunter sind viele Wunschkunden“, erklärte Export-Manager Frédéric Brasseur. Im Mittelpunkt der Präsentation bei Finori standen Esstische und

## „Hier werden noch richtig Aufträge geschrieben“

Das dänische Unternehmen Unique Furniture hatte über 150 Neuheiten mit nach Shanghai gebracht, sowohl im gehobenen Segment als auch bei den Einstiegsmodellen. Und das nicht umsonst: „Hier werden noch richtig Aufträge geschrieben“, erklärte Verkaufsdirektor André Boy-Nieder. Vor allem Kunden aus arabischen Ländern und Australien orderten am Stand. Geliefert wird in mehr als 80 Länder auf allen Kontinenten. „Besonders stark sind neben Europa Nordamerika, Australien und Neuseeland“, betonte Boy-Nieder. Produziert werden die Möbel vor allem in China, Indonesien und Vietnam. Durch ein großes Lager in Dänemark, die laufende Produktion und „das, was schwimmt“, also im Container auf den Weltmeeren unterwegs ist, sei man



Das deutsche Unternehmen Finori war vier Jahre nicht auf der Furniture China, jetzt präsentierte Export-Manager Frédéric Brasseur zahlreiche Neuheiten.

Speisezimmer-Programme. Gezeigt wurden außerdem Kleinmöbel mit und ohne Funktion, darunter ein Vitrinenprogramm. „Besonders gefragt sind in diesem Jahr unsere neuen Sandtöne.“ Highlight des Auftritts war das neue Programm „Arona“ in Greige und Cappuccino. „Wir können trotz des schwierigen Marktes sehr zufrieden sein. Wir sind sehr aktiv auf dem Weltmarkt, und unsere hohe Flexibilität und Internationalität spielen eine wichtige Rolle für unseren Umsatz“, betonte Brasseur.

Vater und Sohn: Hans (rechts) und Bram Vandendriessche vom belgischen Hersteller Modulax, die jetzt auch in Deutschland eine Vertretung unterhalten.

sehr flexibel, so der Verkaufsdirektor. „Wir sind auf einem sehr guten Weg. 2023 war in Umsatz und Ertrag das erfolgreichste Jahr unserer Firmengeschichte.“ Auch das belgische Unternehmen Modulax war in Shanghai wieder mit einigen Neuheiten auf der Messe vertreten, darunter neue Sofas mit runderen Formen, neue Relax-Sessel sowie eine neue Sitzbank für den Essplatz. Produziert wird derzeit ausschließlich am chinesischen Standort in Dongguan. Geliefert wird in 40 Länder, „und wir können Exklusivitäten vergeben“, wie Hans Vandendriessche betont, der auch gerne mit Verbänden zusammenarbeitet. Mittlerweile gibt es auch eine Modulax-Vertretung in Deutschland. „Dort haben wir 15 Container-Kunden“, so der Firmengründer. „Wir lagern in Belgien und können daher schnell liefern.“ Die 30. Furniture China findet vom 10. bis 13. September 2024 in Shanghai statt.







## Finori: Beeindruckt auf neuem Level

Finori begeisterte mit seinem inspirierenden Stand und seinem Neuheiten-Spektrum. Zu den Highlights gehörte die Kollektion mit Motiven des italienischen Popart-Künstlers Mauro Bergonzoli (Foto rechts), Glasvitrinen dekoriert in Kooperation mit Goebel, superkomfortable Dining-Stühle, ein für den Einzelversand optimiertes Modulkonzept für Schränke in fünf Größen, die Koje „Finori meets Kare Design“ (oben) – dekoriert im exzentrischen Stil von Kare – oder der in japanischen Kirschblüten erstrahlende Standeingang.

„Mit unserer Präsentation wollen wir den Handel inspirieren. Damit und mit unserem neuen Sortiment haben wir den nächsten Level von Finori erreicht. Mit Fokus auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und einer hohen Präsentations-Kompetenz wollen wir den Bekanntheitsgrad von Finori stetig erhöhen“, so CEO Stefan Finzel. Das Feedback der zahlreichen deutschen internationalen Kunden fiel durch die Bank sehr positiv aus. „Wir sind mit der Messe in höchstem Maße zufrieden“, so Finzel.

Fotos: Finori



## Lalee: Exquisite Teppich-Designs

Ob hochwertige Kuschelteppiche, Wohlfühlteppiche mit sehr weicher Haptik oder moderne Designer-Teppiche, die Produkte von Lalee bestechen mit ausgefallenen Designs und gehobener Qualität. Die elegante „Pierre Cardin“-Kollektion wurde mit weiteren Designs ausgebaut, ebenso die In- und Outdoor-Kollektion, dabei erweiterte man auch die Farbpalette anhand aktueller Trends. Zur Abrundung des Sortiments gibt es nun auch Schmutzfang-Matten, um schon den Eingangsbereich attraktiv zu gestalten. „Die M.O.W. verlief sehr positiv für uns. Die Kollektion 2025 konnte in verschiedenen Bereichen sehr gut punkten“, freut sich Key Account Manager Andreas Kunkel. Im Bild steht vor einem Teppich in trendiger Woll-Optik mit geflochtenen Fransen, ein älteres Design, das wieder sehr modern geworden ist. Foto: C. Ritthammer



ADA BEGEISTERT AUF DER M.O.W.

## DEN HANDEL OPTIMAL IM BLICK

Ein voller Erfolg war die diesjährige M.O.W.-Teilnahme für die Ada Möbelwerke. Der Hersteller präsentierte sich mit einem der größten Messestände in Halle 20 und stellte ein umfassendes Sortiment aus seiner Marke Ada Mindful Living, dem White Label Bereich sowie die in Kooperation mit La-Z-Boy entwickelten Relaxsesseln vor. Letztere zogen die Besucher:innen magisch an. „Die Verbände, darunter VME und Begros, waren überzeugt und sicherten erste Platzierungen“, freut sich Sven Doktor, Director Sales. Mehr als 300 mögliche Zuteilungen konnten erzielt werden – ein Beleg, für die erfolgreiche Lizenzpartnerschaft La-Z-Boy auf dem deutschsprachigen Markt.

Ebenfalls auf positive Resonanz stieß der auf 340 qm präsentierte und komplett auf die Bedürfnisse des Handels abgestimmte White Label Bereich. Als Highlights überzeugten dabei u.a. das Familienbett „Fatena“ und die Sofas „8899“ sowie „8832“.

Nicht zuletzt erntete aber auch die 190 qm große Ada Mindful Living Fläche begeisterte Blicke. Die Ausstellung war ganz im Sinne der Marke als Ort der Beschleunigung gestaltet, an dem Neuheiten wie das zu 100 Prozent recycelbare Boxspringbett „Amoena“ oder der Relaxsessel „Nyssa“ mit „ADAction“- und Wippfunktion jede Menge Begehrlichkeiten weckten. [www.ada.at](http://www.ada.at)



Die La-Z-Boy Relaxsessel kamen ebenso wie „Nyssa“ von Ada Mindful Living (u.) sehr gut an.



Finori versprühte auf der M.O.W. jede Menge Zauber. Schon im Eingangsbereich des Standes lockte eine große LED-Wand mit exotischem Blumenmotiv in eine Lifestyle-Welt, die den Handel zum Nachahmen einlud. Auf dem Rundgang reihte sich dann ein Highlight an das nächste – zum Beispiel „Finori meets KARE Design“. Beide Marken ergänzten sich, als hätten sie sich schon immer aufeinander abgestimmt.

### „DIE GEILSTEN MÖBEL“

Überhaupt war der Stand in Halle 19 deutlich aufwendiger und liebevoller dekoriert als bisher. Wandtapeten von Guido Maria Kretschmer sorgten für zusätzliches Flair. Bei den Möbeln kamen Glas- und Paneel-Oberflächen und Marmordekore besonders gut an, so dass Finori-Geschäftsführer Stefan Finzel Wort halten konnte. Im Vorfeld der Messe hatte er versprochen: „Wir wollen die geilsten Möbel zeigen“.

Um diesen Anspruch endgültig zu untermauern, sicherte er sich auch die Kreativität von Mauro Bergonzoli für Finori. Die erste gemeinsame Kollektion mit dem italienischen Kunstmaler und Illustrator bringt farbenfrohe Pop Art an den POS. Ganz klar – mit diesem Messeauftritt agiert Finori eindeutig als

FINORI ÜBERZEUGT MIT KUNST UND DESIGN

## LIFESTYLE-PARCOURS

Takt- und Ideengeber für Discount und Junges Wohnen. Der Lohn der Anstrengungen: In der Besuchliste fanden sich viele Neukontakte, viele Kare-Händler, aber auch Blogger:innen und Influencer:innen, die den Finori-Lifestyle für sich entdeckt haben.

<https://finori.de>



Rechts: Stefan Finzel, Geschäftsführer Finori und Impresario des guten Designs.



Foto: Finori