



Polen

Meble Polska 2019: positioniert sich neu

Die Meble Polska gewinnt global immer weiter an Profil. So nahm sie diesmal u.a. im Zeitraffer bereits eine nächste Stufe: Da die Strategie einer verlängerten preisfokussierten Werkbank jetzt auch im Land des drittgrößten Möbelexporteurs der Welt zunehmend unter Druck gerät, rückte in Posen – neben Preisanpassungen – das Thema Positionierung in den Fokus. Was dem Angebot der Messe eine neue, zusätzliche Qualität verlieh. Und der aktuelle Coup von Messe-Chef Józef Szyszka, den Messe-Termin bereits ab nächstem Jahr auf Ende Februar vorzuziehen, wird die globale Strahlkraft der Meble Polska weiter entscheidend stärken. Ein Bericht aus Posen von Gerald Schultheiß.

Die Dynamik der letzten Jahre in Polens Möbelindustrie zielt jetzt noch in eine zusätzliche, neue Richtung – was der Meble Polska vom 12. bis 15. März auch diesmal wieder ein überraschend verändertes Profil verlieh. Nachdem die Qualität des Angebots, die Internationalität des Designs und die Gestaltung der Stände schon in den letzten zwei, drei Jahren einen deutlichen Schub nach vorne gemacht hatten, standen jetzt zudem Mehrwert-Themen – Trading-up, Preisdifferenzierung, Zusammenarbeit mit Designern, Wohnbilder, Funktionen, Schnellliefer-Programme oder Dropshipping-Angebote – auf der Agenda. Treiber sind vor allem die in Polen stark steigenden Lohn- bzw. Lohnnebenkosten, steigende Logistikkosten sowie explodierende Energiepreise, vor allem aber auch der immer gravierendere Fachkräftemangel.

Positionierung lautet daher das Gebot der Stunde, da das Preisargument alleine immer weniger zu halten ist. „Die Zeiten des Billiglohn-Vorteils in Polen sind definitiv vorbei“, brachte es stellvertretend für alle anderen Gesprächspartner ein großer Kastenmöbler auf den Punkt. Weshalb jetzt „Brain Transfer“ angesagt sei.

So sind die Lohnkosten in Polen über die letzten drei Jahre rund 25% gestiegen, der Mindestlohn kletterte deutlich auf zumindest 3,43 Euro. Derzeitige Wahlgeschenke der Regierung in Richtung mehr soziale Marktwirtschaft wie beim Kindergeld treiben – nach einer Steigerung der Kosten der Firmen für Sozialleistungen um 5% im Vorjahr – die Spirale aktuell weiter.

Was die lohnintensiven Polsterbetriebe besonders trifft, zumal sie sich über Lockangebote gegenseitig Fachkräfte

abwerben. Weshalb sie neben den Ukrainern mittlerweile auch Gastarbeiter aus Pakistan und anderen südostasiatischen Ländern anheuern. Vor diesem Hintergrund ist die durchschnittliche Gewinnmarge der Möbelproduktion in Polen laut „Polskie Meble Outlook 2019“ in den letzten zwei Jahren um 2,3% – und damit ein Drittel – auf 4,6% eingebrochen. Wobei hier auch die Margen der boomenden Zahl an handwerklichen Kleinbetrieben einfließen, wohingegen sich die Zahl der größeren Produzenten beginnt, spürbar zu konzentrieren. Weshalb auf der Messe über alle Warengruppen Preiserhöhungen von im Schnitt 2% Thema waren. Eine Maßnahme – wie ein führender Kastenmöbler betonte – die er in den letzten zehn Jahren erst einmal vollzogen habe. Bega Consult wiederum verlagert

seine Einstiegs-Linien in die Ukraine. Forte hat seine ambitionierten Investitions-Pläne für eine Smart Factory mit hohem Automatisierungsgrad erstmal auf Eis gelegt. Ein Verkauf von Black Red White ist angeblich nicht vom Tisch, jedoch solle zuerst die defizitäre Handelssparte veräußert werden. Der Präsident des nationalen Möbelindustrieverbands OIGPM, Jan Szynaka, räumte im Gespräch auf der Messe ein, dass Polens Möbelindustrie eine schwierige Periode durchlaufe und gezwungen sei, massiv zu investieren, um Fachkräfte durch Automatisierungs-Maßnahmen zu ersetzen. Weshalb er selbst mit seiner Szynaka-Gruppe zusätzlich weiter nach Osten geht und in neue Werke in Weißrussland investiert. Zugleich forciert er massiv seine globale Export-Offensive: Neben einem

großen Messe-Auftritt in Saudi-Arabien folgt im Herbst u.a. die Messe-Premiere in High Point. Wobei – wie Szynaka – alle polnischen Exporteure vor allem von der steigenden globalen Strahlkraft ihrer heimischen Leitmesse – auf der sie dazu geschlossen Flagge zeigen – profitieren. So legen internationale Einkäufer, die nach Posen kommen, ihren polnischen Partnern mittlerweile nahe, dort deshalb auch präsent zu sein. So kamen die Fachbesucher diesmal bereits aus 60 Ländern, weshalb das globale Geschäft wieder brummt. So fuhr etwa Szynaka auf der Messe im Vergleich zum Vorjahr nochmals ein 2-stelliges Auftragsplus ein. Insgesamt ist Polens Möbelproduktion im Vorjahr laut dem Outlook um 6,4% weiter kräftig gewachsen; die Exporte kletterten um 5,1% auf den neuen Re-



1| Stellvertretend für Polens Entwicklung: „Be special“. Unter diesem Claim grenzt sich Wersal jetzt auch mit Wohnbildern ab.

2| Trotz diesjähriger Termin-Kollision fast stabile Besucherzahl: Józef Szyszka.

3| Neue Exportmärkte rund um die Welt im Fokus: Jan Szynaka (l.), Michał Strzelecki, OIGPM.



4| Innovations-Projekt: Inszenierung von Wójcik zusammen mit Zuliefer-Partnern auf der Arena Design.

5| Mateusz Kotowski von Mebella, einem innovativen Familienbetrieb abseits des Mainstreams. Fotos: Schultheiß



Vollstufige Produktion, 50% Leder-Anteil plus Funktionen: Bartłomiej Wajnert, Inhaber von Wajnert, Key Accounterin Lucja Przybysz-Stepien (links), Paulina Kamzol (Export).

Der polnische Inlandsmarkt wird zunehmend interessanter, daher stellte Restyl erstmals seit 18 Jahren auf der heimischen Leitmesse in Posen aus: Roland Staniek (rechts), Gerold Rosa.

kordwert von 10,7 Mrd. Euro. Auch die Exporte nach Deutschland stiegen – auf einen Anteil von 36,5% am Gesamtexport – nochmals an. Die über alle Märkte und Warengruppen größte Exportdynamik entfalteten Küchenmöbel. Wertmäßig negativ ent-

wickelte sich nur die Sparte Möbelteile, wenngleich ihr Ausfuhr-Volumen dennoch weiter stieg. Bezogen auf den Wert der im Land produzierten Möbel liegt Polen nach China und Deutschland global zwar noch auf Rang 3, rangiert nach dem

Produktions-Volumen aber schon auf Rang 2 vor Deutschland – mit rund einem Viertel des Produktionsvolumens in China noch mit gewaltigem Abstand hinter dem Reich der Mitte. Noch kräftiger als die Exporte stiegen mit 6,9% die Importe, wobei Deutsch-

land mit einem Anstieg auf 485 Mio. Euro bei den Herkunftsländern vor China weiter Rang 1 belegt. Da der Inlandsmarkt durch die Entwicklungen der letzten Jahre immer interessanter wird, war auch Polipol auf der Meble Polska mit einer privaten Meeting Lounge präsent, um im Land ein Handelspartner-Netzwerk aufzubauen.

Bezüglich ihrer Ausstellerzahl stagnierte die Meble Polska zwangsläufig auf Vorjahres-Niveau – platze sie doch schon damals aus allen Nähten. Dennoch stieg infolge ihrer zunehmenden Strahlkraft als größte und wichtigste Exportmesse Osteuropas gerade die Zahl der Aussteller aus dortigen Ländern wie Estland, Kroatien, Lettland, Litauen, Russland, Slowakei, Ukraine oder Weißrussland.

Völlig zu Recht zählt der Treiber dieses Erfolgs, Messechef Józef Szyszka mit seinem Team, die Meble Polska infolge ihres kompromisslos auf die Bedürfnisse ihrer Aussteller und Besucher fokussierten B2B-Kurses zu den Spitzen-Treffen der Branche in Europa. Weshalb Posen auch das effektivste Tool zur Förderung der polnischen Möbelexporte ist.

Insgesamt belegte das Trio aus Meble Polska, Fachsortiments-Messe Home Decor und Trend- und Designforum Arena Design in den elf Hallen von Veranstalter MTP wieder rund 62.000 qm Ausstellungsfläche.

Mit 21.566 Fachbesuchern aus 60 Ländern ging deren Zahl trotz weiter gestiegener Internationalität im Vergleich zum Vorjahresrekord zwar leicht zurück, was aber an der diesmaligen zeitlichen Überlappung mit dem Start des Messe-Marathons in Asien lag. Daher hatte z.B. Lutz seine Lieferanten diesmal vor der Messe besucht und war in Posen nur mit der Schlafen-Kommission unterwegs.

Dennoch stiegen gerade die Zahlen der Einkäufer aus Russland oder der Ukraine sowie aus neuen perspektivischen Märkten wie USA, VAE, China, Indien oder Türkei, weshalb wieder rund jeder dritte Messebesucher aus dem Ausland kam.

Daher sah Szyszka seine Messe diesmal auf hohem Niveau stabilisiert, will aber 2020 wieder einen entscheidenden Schritt nach vorne machen. Dazu hat MTP die Meble Polska 2020 jetzt mit Blick auf den globalen Messekalender auf 25. bis 28. Februar vorverlegt – eine extrem wichtige Entscheidung, welche die globale Strahlkraft von Posen weiter steigern dürfte.



Taranko zielt mit einer stilistisch breiten Kollektion auf gute Mittelständler – auch in Deutschland. Stella Baranska, zuständig für Export, zeigte sich mit der Messe hoch zufrieden.



Neben Polstermöbeln hat Sznaka jetzt auch massive Möbel im Visier: Michal Sznaka und seine künftige Ehefrau Iwona Sekula, Export-Managerin für UK, Italien und Frankreich.



Quereinsteiger bei Forte: Andreas Disch, der neue Vorstand für Vertrieb und Marketing, kommt von L'Oreal. Derzeit stellt die Kastenmöbel-Größe u.a. ihre Kollektion neu auf.



Aufgrund der eindrucksvollen Modellentwicklung überzeugend und überaus erfolgreich – der Auftritt von Wójcik: Piotr Wójcik (l.), Jochen Horn, seit Jahresbeginn Mitglied im Vorstand.



Wersal wurde auf seinem 1.000 qm-Stand überrannt. Teil der Neupositionierung waren Ledermodelle, Funktionen mit Motor und, mit „Wernight“, der Einstieg ins Matratzen-Business.



Gesundes Wachstum bei IMS durch Fokussierung: Christoph Gwosdz mit Nicoletta Manca. Trendmanufaktur/Newlook wird als Label wiederbelebt und jetzt auch in Polen vermarktet.