IST DAS MÖBEL-BUSINESS MIT RUSSLAND GESCHICHTE?

Die deutsche Wirtschaft unterstützt die Sanktionen gegen Russland – wenn auch mit einem leichten Magengrummeln. Denn in den vergangenen Jahren hat das Business mit dem einstigen Klassenfeind Fahrt aufgenommen. Bei Möbeln betrug das Exportvolumen 2013 immerhin 300 Mio. Euro. Die „möbel kultur“ fragte **Andreas Rieß, Geschäftsführer des Furniture Club – Made in Germany e.V.**, was die Mitglieder des Exportverbandes aktuell über das Geschäft in der Ukraine und in Russland berichten.

möbel kultur: Herr Rieß, mit härteren Sanktionen versucht der Westen den Druck auf Russland zu erhöhen. Wie bewerten Sie diese Eskalation?
Andreas Rieß: Wirtschaftssanktionen sollten nie der erste Schritt sein, vielmehr sollte der politische Dialog immer im Mittelpunkt stehen. Wenn nun aber wirtschaftliche Sanktionen von Seiten der EU und den USA in Kraft treten, dürfen diese nicht in eine Sackgasse führen und müssen unbedingt von einem intensiven politischen Dialog begleitet werden. Denn Gespräche sind die Grundlage für die Erarbeitung gemeinsamer Lösungen, wie beispielsweise bei der „Äquivalenz-Vereinbarung“ zu den Formaldehyd-Grenzwerten.

möbel kultur: Noch im Frühjahr zeigte sich keine Eintrübung des Möbel-Business mit Russland. Hat sich an dieser Sachlage etwas geändert?
Andreas Rieß: Die Aussage trifft zwar für die Umsatzzahlen zu, gilt jedoch nicht für die Auftragseingänge. Denn die Umsätze werden in der Regel zwei bis drei Monate nach Auftragseingang realisiert. Unsere Mitglieder berichten von rückläufigen Auftragseingängen aus Russland in den Monaten Februar bis Mai, wobei die Umsätze infolge des Dezembergeschäfts und der „imm cologne“ am Jahresanfang noch relativ stabil blieben. Seit Juni haben sich die Auftragseingänge aufgrund des stärkeren Rubels wieder ein wenig stabilisiert und liegen zum Teil sogar über Vorjahresniveau. Nach Aussagen von russischen Entscheidern im Objektgeschäft, konnten bis Anfang Juli kaum Auswirkungen auf das Kaufverhalten der russischen Oberschicht bei exklusiven Möbeln festgestellt werden. Die aktuellen Sanktionen könnten jedoch die Unsicherheit bei russischen Kunden und Handelspartnern verstärken und sich schon in Kürze spürbar negativ auswirken. Eine Prognose für die nächsten Monate ist sehr schwierig.

möbel kultur: Sind die Partnerschaften mit russischen Händlern, Architekten und Bauherren nach wie vor gut oder stellen Sie Veränderungen fest?
Andreas Rieß: Hier zeigt sich ein differenziertes Bild. Vereinzelt berichten manche Exportverantwortlichen tatsächlich von Ressentiments und negativen Äußerungen. Anderseits zeigen viele Beispiele, dass die deutsch-russischen Partnerschaften durch die politische Lage nicht negativ beeinflusst werden, auch wenn das Geschäft sich rückläufig entwickelt. Hier lautet eine wichtige Empfehlung, die Partner und Kontakte vor Ort jetzt eher verstärkt zu pflegen und zu unterstützen, denn die russischen Partner leiden sicherlich mehr unter den Umsatzeinbrüchen als ein deutscher Hersteller, der noch andere Auslandsmärkte bedient. Die Erfahrungen mit der Wirtschaftskrise 2008 und 2009 bestätigen sehr gute Erfolge mit dieser Strategie.

möbel kultur: Wie sieht es im Geschäft mit der Ukraine aus?
Andreas Rieß: Ukrainische Möbelhändler berichten bereits seit März 2014, dass die Kundenfrequenz abnimmt und, dass sie sich schon glücklich schätzen, nicht allzuviel in Ausstellungsware investiert zu haben. Das Ukraine-Geschäft ist seither stark rückläufig, der Osten des Landes ist dabei natürlich noch weit stärker betroffen. Doch auch hier gibt es überraschende Lichtblicke, so hat ein Mitglied noch im Mai eine Bestellung von einem Neukunden erhalten.

möbel kultur: Wie bewerten Sie die Währungsproblematik?
Andreas Rieß: Die Auswirkungen der Währungsschwankungen führen nicht in allen Preissegmenten gleichermaßen zu Einbrüchen. Sicherlich hat die starke Entwertung bis zum Peak am 16. März mit 51 Rubeln pro Euro zu rückläufigen Auftragseingängen beigetragen – jedoch insbesondere im mittleren bis hochwertigen Preissegment. Als sich der Rubel dann im Mai und Juni auf ca. 46 Rubel pro Euro erholte, wirkte sich das auch positiv auf die Auftragseingänge in diesen Preissegmenten aus. Die Rückgänge bei exklusiven Möbeln waren ohnehin moderat, da die russische Oberschicht ihr Kaufverhalten kaum änderte. Ob die aktuellen Sanktionen den Rubelkurs wieder nach oben treiben, ist nicht abzusehen. Es kommt jedoch durch die Wirtschaftssanktionen ein psychologischer Aspekt hinzu: Die steigende Unsicherheit könnte sich im zweiten Halbjahr in einem rückläufigen Konsum niederschlagen.

möbel kultur: Wie ist der aktuelle Stand im „Formaldehyd-Streit“?
Andreas Rieß: Der VHK Herford hat sich auf Nachfrage beim BMWi vergewissert, dass es bis zum 1. März 2016 eine Übergangsfrist geben soll, in welcher die Herstellung und der Verkauf von Möbeln in der eurasischen Zollunion nach den bisher gültigen Kriterien zulässig ist. Somit sollte jeder Lieferant den Nachweis über die Produktkonformität seiner Modelle bis zum 30. Juni 2014 aktualisieren, um die Übergangsregelung in Anspruch nehmen zu können. Für Produkte, die bisher kein Zertifikat benötigten, gilt hingegen nur eine Übergangsregelung bis 1. Januar 2015.

Auf massiven Druck des VDM und des europäischen Dachverbandes EFIC signalisierte Russland Ende Juni 2014 gegenüber der EU-Kommission die Bereitschaft eine „Äquivalenz-Vereinbarung“ abzuschließen. Demnach sollen in der EU hergestellte Möbel so behandelt werden, als ob sie die Regelung der Eurasischen Zollunion erfüllen. Der Formaldehyd-Grenzwert für Möbel von 0,01 ppm würde somit bei in der EU hergestellten Möbeln keine Anwendung finden. Inwieweit die aktuellen Wirtschaftssanktionen diese Verhandlungen negativ beeinflussen könnten, ist schwer abzuschätzen.

möbel kultur: Sie haben als Furniture Club viel Aufbauarbeit geleistet, was den Export nach Russland betrifft. Macht sich nun Resignation breit?
Andreas Rieß: Für die Mitgliedsunternehmen des Furniture Club steht fest: „Wir machen weiter.“ Die deutschen Möbelhersteller sind gut beraten, ihre russischen Handelskontakte trotz der Umsatzeinbrüche weiter zu pflegen. Dies vertieft die Vertrauensbasis und schafft eine bessere Ausgangsposition bei einer zukünftigen Wiederbelebung der Konjunktur. *Sascha Tapken*