

# De Belgische Meubelmarkt 2015

Rapport samengesteld door:

Charlotte ten Haken

Tom Vansteenkiste

**Oktober 2015**

**Nederlandse Kamer van Koophandel voor België en Luxemburg**

*Tervurenlaan 168 - bus 2, 1150 Brussel*

Alle rechten voorbehouden



+32-2-219-11-74



+32-2-218-78-21



info@nkvk.be



www.nkvk.be

Disclaimer & auteursrechten

*Dit rapport werd met uiterste zorg samengesteld. De Nederlandse Kamer van Koophandel voor België en Luxemburg (NKVK) en haar medewerkers streven naar juistheid, actualiteit en volledigheid van de informatie, maar kunnen echter niet de correctheid, noch de volledigheid van de informatie garanderen. De lezer is zich er eveneens van bewust dat de informatie kan veranderen, zonder dat hij of zij daar van te voren op de hoogte wordt gebracht.*

*De NKVK doet haar uiterste best om uitspraken van personen op een objectieve manier weer te geven, in overeenstemming met de bedoeling waarmee en de context waarin deze gebeurden. Toch is het mogelijk dat in het rapport meningen en uitspraken van personen worden weergegeven, die niet noodzakelijk als algemeen geldend geïnterpreteerd mogen worden. Daarom kan de NKVK niet aansprakelijk worden gesteld voor de inhoud van het rapport of voor het gebruik dat hiervan wordt gemaakt. We sluiten tevens elke aansprakelijkheid uit voor schade die verband houdt met het gebruik van dit rapport.*

*De in dit rapport beschikbaar gestelde structuur, tekst, figuren, fiches en tabellen kunnen afgedrukt en/of verveelvoudigd worden voor persoonlijk gebruik, met uitsluiting van elke verdere verveelvoudiging, distributie, commercialisatie of exploitatie onder derden, tenzij met voorafgaande toestemming van de Nederlandse Kamer van Koophandel voor België en Luxemburg.*

## Inleiding

De Nederlandse Kamer van Koophandel voor België en Luxemburg (NKVK), streeft ernaar het eerste aanspreekpunt te zijn in het grensoverschrijdend zakendoen in de Benelux. Deze marktstudie is opgesteld om u inzichten te geven in de Belgische meubelmarkt en u zo te helpen in het grensoverschrijdend zakendoen. Het doel van deze marktstudie is om een beeld te schetsen van de Belgische meubelmarkt dat van belang kan zijn voor bedrijven in de meubelhandel en de meubelindustrie.

In het eerste hoofdstuk van deze marktstudie wordt een inleidend beeld geschetst van België. Hierin worden onder andere economische, demografische en politieke factoren behandeld. Als afsluiting van dit beeld worden de cultuurverschillen tussen België en Nederland kort besproken.

Het tweede hoofdstuk geeft u inzichten in de Belgische meubelindustrie. Dit hoofdstuk is opgesplitst in een afbakening van de markt, de marktomzet, de marktomvang en de karakteristieken en trends in de Belgische meubelindustrie. Hoofdstuk drie geeft u daarna inzichten in de Belgische meubelhandel. Ook in dit hoofdstuk worden de marktomzet, de marktomvang en de karakteristieken en trends beschreven.

In het vierde hoofdstuk van deze marktstudie wordt er een analyse gemaakt van de Belgische meubelconsument. In dit hoofdstuk worden de volgende onderdelen beschreven: consumentensegmentatie, consumentendemografie, aankoopgedrag en criteria voor winkelkeuze. Daarnaast wordt er ingegaan op e-commerce in de meubelsector, reclame en huisvesting. In hoofdstuk vijf worden stijltrends en actualiteiten beschreven. De stijltrends voor 2013, 2014, 2015 komen aan bod en er wordt vooruitgekeken naar de stijltrends van 2016. Daarnaast wordt er ook aandacht besteed aan actuele zaken zoals: tuin- en keukenmeubelen, 3D-printen, reality shopping en duurzaamheid.

In hoofdstuk zes zijn meer dan vijftig bedrijfsfiches te vinden van zowel meubelproducenten als van meubelhandelaren, aankoopgroeperingen, slaapcomfortketens en belangenorganisaties. In hoofdstuk zeven is een lijst opgenomen met contactgegevens van bedrijven die actief zijn in de Belgische meubelsector. Het gaat om de adressen van de 100 grootste meubelhandelaren en de 100 grootste meubelproducenten naar omzet alsook aankoopgroeperingen en slaapcomfortketens. In hoofdstuk acht worden de meubelbeurzen behandeld. Tenslotte is in hoofdstuk negen een overzicht te vinden van de vakbladen in de sector.

## Inhoudsopgave

Inleiding.....	3
Hoofdstuk 1. Socioeconomisch beeld van België .....	7
1.1 Geografie en bestuurlijke indeling.....	7
1.2 Bevolking.....	10
1.3 Economie.....	12
1.3.1 Bruto Binnenlands Product .....	12
1.3.2 Inflatie.....	13
1.3.3 Consumentenvertrouwen .....	14
1.3.4 Ondernemingen en faillissementen .....	15
1.3.5 Beroepsbevolking en werkloosheid .....	16
1.3.6 Buitenlandse handel.....	17
1.4 Wetgeving .....	18
1.4.1 Handelswetgeving .....	19
1.4.2 Belastingwetgeving .....	19
1.4.3 Producteisen.....	20
1.4.4 Consumentenbescherming .....	20
1.5 Cultuurverschillen België en Nederland .....	20
Hoofdstuk 2. De Belgische meubelindustrie .....	23
2.1 Marktafbakening.....	23
2.2 Omzet.....	23
2.3 Aantal ondernemingen.....	24
2.4 Oprichtingen en stopzettingen.....	26
2.5 Bezettingsgraad.....	27
2.6 Investerings.....	27
2.7 Internationale handel.....	28
2.8 Karakteristieken en trends in de meubelindustrie.....	31
Hoofdstuk 3. Meubelhandel.....	32
3.1 Marktafbakening.....	32
3.2 Omzet.....	32
3.3 Aantal ondernemingen.....	33
3.4 Oprichtingen en stopzettingen.....	35
3.4 Evolutie van verkoopcijfers.....	36
3.5 Karakteristieken van de meubelhandel.....	38

Hoofdstuk 4. Consumentenanalyse .....	39
4.1 Consumentenvertrouwen .....	39
4.2 Consumentenuitgaven.....	40
4.3 Profiel van de Belgische consument .....	40
4.3.1 Consumentensegmenten .....	40
4.3.2 Leeftijd en de invloed op het consumentengedrag .....	41
4.3.3 Relatie bevolkingsgroep en stijl interieur.....	42
4.3.4 Beslissingsnemer interieuraankopen binnen het gezin .....	42
4.6 Vervangingsaankopen .....	43
4.4 Winkelkeuze .....	44
4.5 E-commerce .....	45
4.5.1 De 'online' consument .....	45
4.5.2 E-commerce in de meubelsector .....	46
4.6 Reclame.....	47
4.7 Huisvesting.....	48
Hoofdstuk 5. Stijltrends en actualiteit.....	50
5.1 Vergelijking van trends 2013 en 2014.....	50
5.2 Trends 2015.....	51
5.3 Trends 2016.....	52
5.4 Actualiteiten.....	53
5.4.1 Promotiecampagnes in de Belgische meubelmarkt.....	53
5.4.2 Tuinmeubelen en keukenmeubelen.....	53
5.4.3 Printen in 3D.....	53
5.4.4 Reality shopping .....	54
5.4.5 Duurzaamheid .....	54
5.4.6 Beleving .....	55
Hoofdstuk 6. Bedrijfsfiches .....	56
6.1 Meubelproducenten .....	57
6.2 Meubelhandelaren .....	70
6.3 Aankoopgroeperingen.....	86
6.4 Slaapcomfortketens .....	90
6.5 Belangenorganisaties.....	105
Hoofdstuk 7. Adressenlijsten .....	112
7.1 Meubelhandelaren top 100 .....	112

7.2 Meubelproducenten top 100 .....	118
7.3 Aankoopgroeperingen met leden .....	125
7.4 Slaapcomfortketens .....	127
Hoofdstuk 8. Meubelbeurzen.....	128
8.1 Vakbeurzen .....	128
8.2 Publieksbeurzen.....	131
Hoofdstuk 9. Vakbladen .....	136
9.1 Vakbladen België.....	136
9.2 Vakbladen Nederland.....	138
Lijst met tabellen, figuren en grafieken .....	142
Lijst van tabellen .....	142
Lijst van figuren .....	143
Lijst van grafieken.....	143
Literatuurlijst .....	144