



## Verkaufszahlen 2022: MMFA erreicht wieder das Verkaufsniveau vor der Pandemie

München, 19. April 2023 – Die weltweiten Verkaufszahlen der MMFA-Mitglieder zeigen im Vergleich zu 2021 über alle Kategorien hinweg für das Jahr 2022 einen Gesamtrückgang in Höhe von -14% für mehrschichtige Bodenbeläge. Dieser rückläufige Trend erstreckt sich mit Ausnahme von zwei Regionen über den gesamten Globus: Afrika und Australien/Ozeanien. Die Kategorie „Holz“ litt im vergangenen Jahr mit einem Umsatzrückgang von fast -16 % gegenüber 2021 am meisten. Bei den Polymerprodukten macht der Verlust -13 % des Gesamtumsatzes aus.

### Absatzmenge pro Kategorie

In der **Kategorie Holz** war der Rückgang mit einem weltweiten Minus von 16 % und einem Absatz von 12,8 Mio. m<sup>2</sup> insgesamt sehr ausgeprägt. In ähnlicher Weise ging der Absatz von **Polymerprodukten** um -13 % zurück, wobei im Jahr 2022 91 Mio. m<sup>2</sup> verkauft wurden. **LVT Flexible Click** ist die Kategorie, die mit einem Rückgang von -31 % (32 Mio. m<sup>2</sup> verkauft) am stärksten gelitten hat. Die MMFA-Mitglieder verkauften 7,3 Mio. m<sup>2</sup> an **EPC-Produkten**, was einem Rückgang von -21 % entspricht. In der am besten abschneidenden Kategorie stieg das Verkaufsvolumen von **SPC-Produkten** um +5,5 % auf insgesamt 51,6 Millionen verkaufte Quadratmeter.

### Absatzmengen pro Region

Der Rückgang bei allen Polymerprodukten blieb in Europa relativ gering. Trotz der Verkaufsrückgänge bleiben die größten Märkte im Vergleich zu 2021 immer noch dieselben. Westeuropa bleibt mit 49,5 Mio. m<sup>2</sup> verkaufter Fläche, was einem Rückgang von -8 % gegenüber 2021 entspricht, weiterhin die mengenmäßig wichtigste Region. Deutschland (15 Millionen m<sup>2</sup> im Jahr 2022) und Frankreich (13 Millionen m<sup>2</sup>) sind die Länder, in denen die MMFA-Mitglieder am erfolgreichsten sind. Es folgen die USA mit 30 Mio. m<sup>2</sup>, was einen Rückgang von -22 % gegenüber den Verkaufszahlen von 2021 bedeutet. Im Gegensatz dazu verzeichnen Australien/Ozeanien mit +20% (976.886 m<sup>2</sup>) und Afrika mit +18,5% (775.599 m<sup>2</sup>) ein Wachstum im Jahr 2022.

In Europa ist die Kategorie der SPC-Produkte mit 27,3 Mio. m<sup>2</sup> verkaufter Fläche im Jahr 2022 (+11%) am erfolgreichsten, gefolgt von LVT Click mit 17 Mio. m<sup>2</sup> (-27%) und EPC-Produkten mit (4,4 Mio. m<sup>2</sup>; entspricht -9%).

Die Verluste in der Kategorie Holz betragen -24% (-36.846 m<sup>2</sup>) in Nordamerika und -16% sowohl in Westeuropa (-2.258.162 m<sup>2</sup>) als auch in Lateinamerika (-7.163 m<sup>2</sup>), während Australien/Ozeanien mit +401% und 7.417 verkauften m<sup>2</sup> im Jahr 2022 (+5.938 m<sup>2</sup> im Vergleich zu 2021) das größte Wachstum verzeichnete.

## Die MMFA-Binnenmarkt-Sieger

Für alle Polymer-Click-Produkte stellten die USA im vergangenen Jahr mit 30,3 Mio. m<sup>2</sup> den weltweit größten Markt für die MMFA-Mitglieder dar (-22 % im Vergleich zu 2021). In Westeuropa waren die drei wichtigsten Länder Deutschland (15 Millionen m<sup>2</sup>; entspricht -10 %), Frankreich (13 Millionen m<sup>2</sup>; entspricht -7 %) und Großbritannien (4 Millionen m<sup>2</sup>; entspricht -14,5 %).

Auf globaler Ebene waren die USA im vergangenen Jahr mit insgesamt 19,8 Mio. m<sup>2</sup> (-8 %) ebenfalls der größte Markt für Produkte der Kategorie „Rigid Click“, gefolgt von Deutschland (10 Mio. m<sup>2</sup>; entspricht +2 %) und Frankreich (7 Mio. m<sup>2</sup>; entspricht +20 %). Betrachtet man den osteuropäischen Markt genauer, so liegt Polen an erster Stelle (1,3 Mio. m<sup>2</sup>; entspricht -3%), gefolgt von der Tschechischen Republik (750.231 m<sup>2</sup>; entspricht +37%).

Was den Absatz der Kategorie „LVT Click“ betrifft, so ist Frankreich mit 5,9 Mio. m<sup>2</sup> für MMFA-Mitglieder in Westeuropa weiterhin der größte Markt für flexible LVT Click-Produkte, trotz eines Rückgangs der Verkaufsmenge um 27%. Es folgen Deutschland mit 4,9 Mio. m<sup>2</sup> (-27,5%) und Großbritannien (2,3 Mio. m<sup>2</sup>; -28%). In Osteuropa war die Russische Föderation im Jahr 2022 der größte Markt für LVT Click-Produkte (647.327 m<sup>2</sup>; entspricht -29%). In Nordamerika sind die USA nach wie vor der größte Markt, auf dem im Jahr 2022 10,5 Mio. m<sup>2</sup> (-39%) LVT Click-Produkte verkauft wurden.

Für Holzprodukte waren die größten Märkte des MMFA im Jahr 2022 Deutschland (8,5 Millionen m<sup>2</sup>; entspricht -16%), Österreich (1,4 Millionen m<sup>2</sup>; entspricht -7%) und Dänemark (434.222 m<sup>2</sup>; entspricht -29%). In Osteuropa war die Tschechische Republik mit 413.439 m<sup>2</sup> der größte Markt (-4%).

Mit der Rückkehr der Verkaufszahlen auf das Niveau von 2019 hat die Pandemie den MMF-Markt eindeutig auf den Kopf gestellt, was darauf hindeutet, dass der starke Anstieg der Verkaufszahlen zwischen 2020 und 2021 künstlich war. Der Renovierungs- und Heimwerkerdrang der Verbraucher sowie die Erhöhung der gelagerten Mengen durch Groß- und Einzelhändler haben die Verkaufszahlen in den letzten Jahren in die Höhe getrieben. Allerdings haben die höheren Logistik- und Rohstoffkosten den Absatz der MMFA-Mitglieder im Jahr 2022 stark beeinträchtigt. Darüber hinaus haben sich der Konflikt in der Ukraine und die anschließende Energiekrise stark auf den Absatz der MMFA-Mitglieder ausgewirkt. Es ist daher schwer abzuschätzen, ob der Rückgang der MMF-Verkaufszahlen für Bodenbeläge von Dauer sein wird oder ob der Markt bald zu seinem normalen Rhythmus zurückkehren wird.

-/-

**Über MMFA:** Der Verband der mehrschichtig modularen Fußbodenbeläge (Multilayer Modular Flooring Association) ist eine Organisation, welche die führenden Hersteller von Fußbodenbelägen in Europa und ihre Lieferanten vertritt. Der Verband wurde im Oktober 2012 in München, Deutschland, von sieben europäischen Fußbodenherstellern gegründet. Die Geschäftsführung des MMFA hat seit November 2019 ihren Sitz in Brüssel.