

Der Küchenmarkt

Im Wandel zum Wohnmittelpunkt?

Welche Bedeutung die Einbauküchen-Anbieter auf der Handelsebene haben.

Der Markt für Einbauküchen wird als wesentlicher Bestandteil der privaten Wohnungseinrichtung von zwei bedeutenden Herstellerbranchen beliefert: für den im Wesentlichen aus den Materialien den Küchenmöbel-Herstellern, die wiederum von Sanitär- und Zubehör-Herstellern versorgt werden. Für die Küchentechnik ist die Hausgeräte-Industrie zuständig. Das vielschichtige Komplettprodukt: „Einbauküche“ wird dem privaten Konsumenten oder Bauherrn

als individuell nach seinen Wünschen planbare Einbauküche in qualitativ guter bis sehr hochwertiger Ausprägung

oder als konfektionierte, nur begrenzt veränderbare oder erweiterbare Zeile bzw. als Block (Preiswertvariante) über den Handel angeboten.

Der Vertrieb von Küchenmöbeln und Einbaugeräten als Do-it-yourself-Produkte im Niedrigpreis-Segment (z.B. über Abhol- oder Baumärkte) spielt eine untergeordnete Rolle.

Insbesondere unter den Aspekten der Qualität und der Vielseitigkeit hat sich der deutsche Einbauküchenmarkt als weltweit führend erwiesen – bezogen auf die Pro-Kopf-Ausgaben der privaten Haushalte. Hohe Standards in Produktion, Technik, Design und Qualität machen deutsche Einbaukü-

chen zu begehrten Produkten. In nur wenigen Konsumgütermärkten bestimmen einheimische Produkte das Inlandsangebot so stark: bei Küchenmöbeln sind es z.B. nach wie vor über 90 Prozent. Etwa 40 Prozent ihres Produktionswertes exportieren deutsche Hersteller vornehmlich in EU-Länder.

In Anbetracht dieser Konstellation stellen sich zwangsläufig die Fragen: wie groß ist dieser Inlandsmarkt und wie seine Struktur? – Wie hat er sich entwickelt? – Welche Bedeutung haben die Anbieter auf der Handelsebene, die Einbauküchen in Privathaushalten einrichten? – Wie wird sich der Markt weiterhin entwickeln – ist oder bleibt er ein Wachstumsmarkt?

Unterschiedliche Angaben über das Marktvolumen

Sicher liegt es an der Komplexität des Produktes „Einbauküchen“, das übrigens in Deutschland erfunden wurde, dass eine exakte Quantifizierung des Inland-Marktvolumens zu Endverbraucherpreisen auf Schwierigkeiten stößt.

Einigermaßen verlässlich erschienen bisher die Produktions- und Außenhandelswerte bei Küchenmöbeln (ohne sanitäres Zubehör), aus denen sich die Inlandsmarktversorgung zu Herstellerabgabepreisen errechnen ließ. Das Statistische Bundesamt beziffert den Umsatz mit Küchenmöbeln in Deutschland für 2009 mit 2,323 Mrd. Euro. Gegenüber dem Vorjahr schrumpften die Erlöse um 10,3 Prozent. Der Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie widerspricht: „Das kann nicht sein – unser internes Auftragspanel weist für 2009 einen Zuwachs der Auftragseingänge aus dem Inland um 2,01 Prozent auf.“

Die AMK Arbeitsgemeinschaft Moderne Küche hat zusammen mit der GfK, dem VdDK und den Hausgeräte-Fachverbänden des ZVEI Daten für ein Handelspanel Küchen erhoben, das feste Größen liefern soll. Unter Verzicht auf die bislang übliche Trennung nach Küchenmöbeln, Zubehör und Einbaugeräten wurde für 2009 ein Marktvolumen zu Industriepreisen von 4,97 Mrd. Euro ausgewiesen, das entgegen den Erhebungen von Destatis im Vergleich zum Vorjahr (4,88 Mrd. Euro) um 1,8 Prozent zugelegt hat. Etwa 2,03 Mrd. Euro dürften davon auf die Einbaugeräte mit den Produktgruppen



In nur wenigen Konsumgütermärkten bestimmen einheimische Produkte das Inlandsangebot so stark: bei Küchenmöbeln sind es z.B. nach wie vor über 90 Prozent

Entwicklung Einbauküchen 2005 – 2009¹

Einbauküchen zu EVP	2005	2006	2007	2008	2009	± 2008	± 2005
Möbel u. Zubehör ¹	5290	5640	5420	5640	5800	+ 2,8	+ 9,6
Einbaugeräte ²	3485	3825	3670	3745	3770	+ 0,7	+ 8,2
Gesamtmarkt	8775	9465	9090	9385	9570	+ 2,0	+ 9,1
Index	100,0	107,9	103,6	107,0	109,1	-	-

¹ Destatis (Küchenmöbel; korrigiert 2008/2009); ² Zahlenspiegel ZVEI



Im Segment der Einbaugeräte dominiert die Produktgruppe „Kochen/Backen“ (2009: 1667 Mio Euro). Beim kleinsten Einbausegment der Abzugshauben pendelt der Umsatz zwischen knapp 400 und 440 Mio. Euro

Einbauküchenmarkt 2009 zu EVP¹

Segmente	Einbauküchen-Neugeschäft	Ersatzgeschäft mit Geräten ²	Gesamter Küchenumsatz	Prozent-Anteil
Küchenmöbel mit Zubehör	5800	-	5800	60,6
Einbaugeräte	3020	750	3770	39,4
Gesamtmarkt	8820	750	9570	100,0

¹ in Mio. € EVP; ² inkl. zusätzliche Anschaffungen wie z.B. Geschirrspüler

- Kühlen/Gefrieren
- Spülen
- Kochen/Backen
- Dunstabzugshauben

entfallen, deren Anteil am Küchenumsatz sich mit ca. 41 Prozent errechnet, allerdings nur bezogen auf das Neugeschäft – ohne Berücksichtigung des Ersatzgeschäftes.

Die im Küchenmarkt vom Handel erzielten Endverbraucherpreise (EVP) schwanken von

- etwa 1500 Euro für einfachste Küchen (Blöcke mit Kochfeld und Kühlgerät)
- bis zu 100 000 Euro für aufwändig geplante Luxus-Küchen mit hochwertigsten Geräten und Zubehör.

Im ZVEI-Zahlenspiegel für 2009 werden Einbaugeräte zu EVP mit 3,77 Mrd. Euro ausgewiesen. Die im Handel erzielten Spannen (im Abschlag inkl. Mehrwertsteuer) bewegen sich zwischen 45 und über 50 Prozent – im Mittel etwa 48,5 Prozent. Die etwas niedrigeren Werte erzielt der Elektro-Fachhandel vornehmlich mit Geräten für das Ersatzgeschäft; die höchsten Spannen inkl. Boni werden im Küchenhandel von Spezialisten realisiert. Der um den Spannenabschlag bereinigte Einkaufswert liegt bei ca. 2,54 Mrd. Euro (3,77 : 148,5). Die Differenz von

- Einbaugeräten zum EK: insgesamt 2,54 Mrd. €

- zu Einbaugeräten im Küchenneugeschäft: 2,03 Mrd. €

muss dem Geräte-Ersatzgeschäft (0,51 Mrd. Euro) zugerechnet werden, dessen Anteil rund 20 Prozent vom Gesamtumsatz mit Einbaugeräten beträgt.

Küchenmöbel mit sanitärem und sonstigem Zubehör werden im Möbel- und Küchenfachhandel vergleichsweise höher kalkuliert als Einbaugeräte. Trotz ausgeprägtem scharfem Preiswettbewerb in den Niedrig- und Mittelpreissegmenten des Küchenmarktes werden im Durchschnitt Abschlagsspannen von 46 bis 52 Prozent erzielt, im Mittel etwa 48 – 50 Prozent. Der Umsatz zu EK-Werten im Möbelbereich verdoppelt sich somit auf rund 5,8 Mrd. Euro in 2009.

Letztendlich erzielte der Küchenmarkt zu Endverbraucherpreisen folgende Werte (s. Tabelle oben)

Je nach Berücksichtigung des Ersatzgeschäftes mit Einbaugeräten, das in den letzten Jahren aufgrund weiter verbesserter und energieeffizienter Geräte zugenommen hat, bewegt sich das Marktvolumen für Einbauküchen zu Endverbraucherpreisen zwischen 8,8 und knapp 9,6 Mrd. Euro. Sofern der Handel für die Montage von Möbeln und den Einbau der Geräte vom Konsumenten Montageerlöse verlangt (i.d.R. als Pauschale, meist im Endpreis enthalten), erhöht sich das Umsatzvolumen noch um geschätzte 1 bis 1,5 Prozent. Die Industrieverbände haben zusammen mit der GfK in ihrem Panel den durchschnittlichen Verkaufspreis einer Einbauküche für 2009 mit 5545 Euro ermittelt. Das würde bedeuten, dass im Neugeschäft etwa 1,6 Mio. Einheiten abgesetzt werden konnten. Mit einem wertmäßigen Plus von 1,8 Prozent (laut Herstellerverband) und leichter Absatzsteigerung konnte demnach die Branche das schwierige Jahr 2009 relativ gut überstehen. Im Vergleich zum unterstellten Wachstum von 1,8 Prozent im Gesamtmarkt entwickelten sich laut ZVEI-Zahlenspiegel 2009 die Einbaugeräte mit +0,7 Prozent zum Vorjahr schwächer.

Im 5-Jahres-Rückblick verlief die Entwicklung im Einbauküchen-Markt schwankend, aber tendenziell ansteigend (s. Tabelle S. 56). Im zurückliegenden Zeitraum konnte der Markt zulegen – bis 2009 insgesamt um über 9 Prozent, bei Möbeln/Zubehör relativ mehr, bei Einbaugeräten etwas weniger. Das Umsatzplus in 2006 (knapp 8 Prozent zum Vorjahr) und das nachfolgende Minus in 2007 (4 Prozent) ist wesentlich auf die Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes (16 auf 19 Prozent) zurückzuführen, die zu vorzugesetzten Anschaffungen in 2006 und zum

Nachfragerückgang im Folgejahr führte. Trotz hoher Sättigung der Haushalte – laut einer Untersuchung von Gruner + Jahr verfügten bereits in 2003 knapp 85 Prozent der Haushalte über eine komplette Kucheneinrichtung – hat das Interesse der Konsumenten am Produkt Einbauküche nicht nachgelassen. Zwar wirkten die hohe Ausstattung zusammen mit dem rückläufigen Wohnungsbau und stagnierenden Nettoeinkommen der Arbeitnehmer-Haushalte dämpfend auf die Nachfrage. Aber die Möbelhersteller haben es verstanden, insbesondere durch Trading Up in den mittleren und gehobenen Segmenten die Wertigkeit der Einbauküchen zu erhöhen: durch Materialien wie Edelstahl, Chrom und edle Furniere, Glas und Naturstein; durch neue Beleuchtungskonzepte und Farbkontraste. Die Megatrends „Gesundheit“ und „richtige Ernährung“ konnten auch im Küchenbereich genutzt werden, wozu vor allem auch die Hausgeräte-Industrie mit innovativen und energieeffizienten Produkten beitrug. Die Küche – zumindest in ihrer wertigeren Ausführung – wird bei ausreichender Fläche zum multifunktionalen Raum, in dem Arbeiten und Entspannung, Zubereitung und Wohlfühlen mit Bewirten und Genießen in größerer Runde zusammengehen. Bezeichnenderweise wurden „offene Küchen“, die in den Ess- und Wohnraum übergehen, immer beliebter.

Im Segment der Einbaugeräte dominiert die Produktgruppe „Kochen/Backen“ (s. Tabelle S. 56)

Die Küche blieb in den zurückliegenden Jahren nicht kalt, wie die Entwicklung der Produktgruppe „Kochen und Backen“ zeigt: von 1512 Mio. Euro in 2005 konnten die Umsätze bis 2009 um über 10 Prozent auf 1667 Mio. Euro gesteigert werden, und wertmäßig stieg der Anteil auf 44,8 Prozent. Maßgeblich hat die zunehmende

HANDEL

Nachfrage nach separat installierten Einbaubacköfen und Kochfeldern zu Lasten der Elektrovollherde zum Plus beigetragen. Bei Kochfeldern ist die Dominanz der weitgehend stoß- und kratzfesten und leicht zu reinigenden Glas-Keramik-Kochfelder noch ausgeprägt, aber das Interesse der Konsumenten an den in puncto Kochkomfort, Schnelligkeit, Zeit- und Energieersparnis noch überlegenen Induktionskochfeldern und Dampfgeräten haben für weiteren Auftrieb gesorgt. Die Flut von „Koch-Events“ in den Medien, von Kochbüchern und Kochkursen aller Art hat die Zahl von ambitionierten Hobby-Köchen wachsen lassen – unterstützt durch das vielfältige Angebot weiter verbesserter, innovativer und energieeffizienter Produkte von Herstellern und Handel.

Keine Einbauküche ohne **Kühlgerät**: allerdings folgte der kräftigen Steigerung in 2006 (+ 11 Prozent auf 790 Mio. Euro) bei Einbaukühlgeräten bis 2009 ein stetiger Rückgang auf 772 Mio. Euro. Einbaueinfriergeräte spielen nach wie vor nur eine untergeordnete Rolle. Die Umsätze stagnieren seit 2005 zwischen 44 und 45 Mio. Euro.

Geschirrspüler lagen insgesamt zuletzt wieder im Aufwind, auch bei Einbaugeräten, die seit 2005 um 12,2 Prozent auf 929 Mio. Euro zulegten. Sie haben den Status eines Luxusgutes längst hinter sich gelassen. Das Angebot komfortablerer Geräte – geräuscharm im Betrieb und mit stark reduziertem Wasser- und Stromverbrauch – förderte die Neuschaffung und vor allem den Austausch vorhandener Altgeräte. Knapp zwei Drittel aller Haushalte nutzen derzeit einen Geschirrspüler. Auch bei niedrigpreisigen Küchenzeilen und Blöcken ist inzwischen häufig ein Spüler im Angebot enthalten.

Keine Einbauküche ohne **Dunstabzug**: beim kleinsten Einbausegment der Abzugshauben pendelt der Umsatz zwischen knapp 400 und 440 Mio. Euro. Hauben für den Umluft- oder



Die rund 3500 Fachhändler mit ausschließlich oder stark überwiegend Küchen im Angebot sind ähnlich wie im Möbelhandel zu etwa 90 Prozent in Verbundgruppen organisiert

Entwicklung der Einbaugeräte 2005 – 2009¹

Produktgruppen	2005	2008	2009	± 2005	Prozent Anteil
Vollherde	572	514	500	- 12,6	} 44,8
Einbaubacköfen	280	360	367	+ 31,1	
Kochfelder	660	775	800	+ 21,2	
Kühl-/Gefriergeräte	752	776	772	+ 2,5	19,9
Geschirrspüler	828	899	929	+ 12,2	24,6
Dunstabzugshauben	392	413	402	+ 2,6	10,7
Einbaugeräte	3484	3742	3770	+ 8,2	100,0

¹ Quelle: ZVEI-Zahlenspiegel – in Mio. € EVP

Distribution Einbauküchen 2009¹

Anbieter von Einbauküchen	Möbel + Geräte Umsatz EVP in Mio. €	Marktanteil in Prozent
Möbelfachhandel	3590	37,5
Möbelmitnahmemärkte	910	9,5
Möbelhandel gesamt	4500	47,0
Küchenspezialisten	3060	32,0
Küchenfachmärkte	890	9,3
Küchenhandel gesamt	3950	41,3
Elektro-Fachhandel	622	6,5
Hausrat-/Eisenwaren- und Sanitärhandel	96	1,0
Versandhandel	211	2,2
Sonstige/E-Commerce ²	191	2,0
Handel mit Küchen insgesamt	9570	100,0

¹ Quelle BBE Retail Experts 2008 – eigene Hochrechnung des Autors 2009;

² Bauträger, Baumärkte/Baustoffhandel, Direktvertrieb

Abluftbetrieb sind Einbauprodukte für die Küche, die entweder bei der Neuausstattung oder Ersatzbeschaffung oder im Tausch Altgerät gegen leistungsfähigere, stromsparende und geräuscharme Abzugshauben Verwendung finden. Insel- oder Wandhauben in unterschiedlichen Abmessungen, überwiegend im Abluftbetrieb, mit Sensortechnik und Wärmerückgewinnungskonzept, mit perfekter Filtertechnik, pflegeleicht und in attraktivem Design passen zu jeder noch so ausgefallenen Kücheneinrichtung.

Wer verkauft wie viel Einbauküchen?

Im Gegensatz zu den breit über viele Vertriebskanäle distribuierten Sologeräten der Weißen Ware herrscht im Einbaubereich nach wie vor erdrückende Dominanz des Möbel- und Küchenhandels.

Das ist erklärlich, denn die Ausstattung der Küchen ist wesentlicher Bestandteil der Wohneinrichtung, und dafür ist seit jeher der Möbel- und Einrichtungshandel zuständig. Als Spezialist für das Produkt Küche hat sich aus dem Möbelhandel der Küchenhandel entwickelt. Da keine Küche ohne die nötigen Geräte auskommt, spielte anfangs noch der Elektro-Fachhandel, der mit seinen größeren Betriebsformen auch häufig Küchenabteilungen führte, eine gewisse Rolle. Inzwischen haben sich die Aktivitäten im Elektro-Fachhandel einschließlich der Konzernfilialisten mit Marktführer MMS, weitgehend auf das durchaus lukrative Ersatzgeschäft mit Einbaugeräten fokussiert.

Aus dem Branchenreport Küchen 2008 (BBE Retail Experts, Köln) geht folgende, für 2009 hochgerechnete Distributionsstruktur für Einbauküchen hervor (s. Tabelle oben).

Die von der AMK veröffentlichten Marktanteile der relevanten Küchenanbieter beziehen sich nur auf Küchenmöbel und weichen von den obigen Werten teilweise ab.



Auch im Küchenhandel ist schon seit Jahren die Polarisierung in Fachhandel/Spezialisten und Fachmärkte zu beobachten

Abholmärkte und Großunternehmen sind die Gewinner

Der **Möbelhandel** konnte 2009 im Gegensatz zur Industrie seinen Vorjahresumsatz behaupten. Mit einem Anteil von über 25 Prozent sind Küchenmöbel laut Bundesverband der stärkste Sortimentsbereich.

Im Küchengeschäft des Möbelhandels musste der **Fachhandel**, zu dem auch die Küchenabteilungen der großen Einrichtungshäuser gezählt werden, in den letzten Jahren allerdings einige Federn lassen. Zwar liegt der Möbelhandel mit rund 47 Prozent Marktanteil immer noch an der Spitze der Küchenanbieter, aber die Gewichte haben sich hin zu den **Mitnahmemärkten** verschoben, die ihren Marktanteil auf 9,5 Prozent ausbauen konnten.

In den unteren und mittleren Preissegmenten hat dem Fachhandel die Konkurrenz der expandierenden Möbelmitnahmemärkte und der Küchenfachmärkte zugesetzt. Viele mittlere und kleinere Möbelfachhändler haben ihre Küchenangebote aufgelöst oder reduziert. Große, filialisierende Einrichtungshäuser und ebenfalls filialisierende Mitnahmemärkte beherrschen inzwischen nicht nur das gesamte Einrichtungsgeschäft, sondern auch im Küchenmarkt das Geschäft mit konfektionierten Zeilen und Blöcken.

Marktführende Möbelfachhändler mit Umsätzen um bzw. über 1 Mrd. Euro sind derzeit (nach dem Ranking in der „möbel kultur“):

1. **Ikea Deutschland**
(45 Häuser, über 3,3 Mrd. Euro)
2. **Höffner-Möbel mit Walther und Kraft**
(48 Häuser, ca. 1,9 Mrd. Euro)
3. **Lutz-Gruppe** (41 Häuser, ohne Discount-Märkte, ca. 1,4 Mrd. Euro)
4. **Porta-Gruppe**
(100 Häuser, über 1 Mrd. Euro)
5. **Segmüller**
(24 Häuser, ca. 1 Mrd. Euro)
6. **Roller-Märkte**
(125 Märkte, ca. 1 Mrd. Euro)

Bei diesen Möbel-Giganten, denen mit Ostermann, Schaffrath, Zurbrüggen, Martin, Poco-Einrichtungsmärkte, Inhofer u.a.m. weitere große Unternehmen folgen, errei-

chen Einbauküchen 15 bis 25 Prozent der getätigten Gesamtumsätze. Die Großunternehmen halten inzwischen rund zwei Drittel der Küchenumsätze im Möbelhandel.

Eine starke Rolle spielen im Möbelhandel die Verbundgruppen, vor allem die „großen Drei“:

- **Begros, Oberhausen** (9 Mitglieder, ca. 5 Mrd. Euro Außenumsatz)
- **Union; Düsseldorf** (32 Mitglieder, ca. 3,2 Mrd. Euro)
- **Atlas, Mühlheim/Ruhr** (10 Mitglieder, ca. 2 Mrd. Euro)

Bei den mittelgroßen Verbundgruppen war

Mittelfristige Aspekte für Küchen

- Weiterhin Expansion der preisaggressiven Mitnahmemärkte, wobei im Küchenbereich Marktanteilsgewinne im unteren bis mittleren Preissegment zu erwarten sind
- Noch zunehmende Konzentration mit Übernahmen/Fusionen zwischen Großunternehmen; stabile bis leicht wachsende Marktanteile im unteren/mittleren Preissegment von Zeilen und geplanten Küchen
- Weitere Schwächung des kleinen/mittleren Möbelfachhandels im Küchengeschäft

in den letzten Jahren die Situation durch Fusionen und Liquidationen gekennzeichnet. Viele Namen sind verschwunden; aus Fusionen gestärkt hervorgegangen sind z.B. EMV (Fahrenzhausen), Alliance (Rheinbach) oder Garant (Rheda-Wiedenbrück, mit ca. 3000 Mitgliedern).

Der Betriebsbestand im Möbelhandel ist durch Aufgabe vieler Klein- und Mittelbetriebe auf derzeit ca. 9300 abgeschmolzen. Küchenangebote finden sich fast nur noch bei Groß- und Mittelbetrieben.

Der Küchenhandel: Spezialisten stabil – Fachmärkte expansiv

Auch im Küchenhandel ist schon seit Jahren die Polarisierung in Fachhandel/Spezialisten und Fachmärkte zu beobachten. Die **Spezialisten** mit ihren Vertriebstypen „Küchenstudio“ (eher kleinflächig; hochwertiges Ange-

bot geplanter Küchen) und „Küchencenter“ (großflächig und preislich breiteres Angebot) konnten ihre starke Position mit einem knappen Drittel Marktanteil (32,0 Prozent) behaupten. Da sie fast ausschließlich oder überwiegend das hochpreisige Segment der geplanten Einbauküchen mit Premium-Marken vertreten, relativiert sich ihr Marktanteil in den Preisklassen ab 8000 Euro, die inzwischen fast 40 Prozent des Küchenmarktes ausmachen, sehr beachtlich nach oben.

Die rund 3500 Fachhändler mit ausschließlich oder stark überwiegend Küchen im Angebot sind ähnlich wie im Möbelhandel zu etwa 90 Prozent in Verbundgruppen organisiert, zu denen auch auf den Küchenvertrieb spezialisierte Kooperationen des Möbelhandels wie KüchenAreal, Der Küchenring oder Küche Aktiv gehören. Auch die Fachgruppe Küche + Design der EK/servicegroup ist hier zu nennen.

Die marktstärksten Verbundgruppen der Küchen-Fachhändler sind – nach Mitgliederzahl und Außenumsatz –

- **MHK** (Dreieich, mit über 2000 Gesellschaftern, davon 1300 deutsche, und über 2,7 Mrd. Euro Außenumsatz)
- **Der Kreis Systemverbund** (Leonberg, mit europaweit über 1900 Mitgliedern und ca. 1,7 Mrd. Euro Außenumsatz)

Weitere Fachhändlerkooperationen sind Küchen Treff (250 Mitglieder), Küchenpartner (165), Küchenprofis u.a.m. Mit dem Franchise-System Küche & Co. ist auch die Otto Group im Küchenmarkt aktiv und kooperiert inzwischen mit EK/servicegroup.

Küchenfachmärkte hatten eine überdurchschnittliche Entwicklung aufzuweisen: ihr Marktanteil wuchs von 5,5 Prozent in 2003 auf 9,3 Prozent bis 2009 (890 Mio. Euro). Sie bieten wie Küchencenter ein großflächiges, breites Angebot mit abgesenkter Qualität und niedrigem Preisniveau, i.d.R. an verkehrorientierten Standorten. Der Schwerpunkt liegt bei Verbands- und Handelsmarken, in der Preisbandbreite 2500 bis 5000 Euro und darüber. Serviceleistungen wie Planung/Beratung, Lieferung, Montage, Geräte-Einbau werden angeboten, ebenso auch Absatzfinanzierung.

Küchenfachmärkte werden überwiegend von Filialisten und als spezielle Vertriebs-schienen von Küchen- und Möbel-Verbundgruppen betrieben, wie z.B.

- **Meda Küchenfachmärkte** (Möbel Tessner)
- **Mega Küchenwelt** (Roller)
- **KKM** (MHK)
- **Asmo Gruppe**, Vesta u.a.

Sehr aktiv auf der Fachmarkt- und Filialistenschene ist auch die Culinoma-Gruppe. Sie ist eine gemeinsame Tochter der Nobia Gruppe (die schwedische Nobia AB hat die deutschen Hersteller Poggenpohl sowie Optifit und Pronorm übernommen) und der niederländischen Mandemakers-Gruppe. Culi-

HANDEL

noma steuert – z.T. mit Mehrheitsbeteiligungen – marktstarke Küchen-Filialisten wie Asmo, Marquardt, Vesta, Plana und will weiter expandieren.

Elektro-Fachhandel stark im Ersatzgeschäft mit Einbaugeräten

Wenngleich Küchenfachabteilungen weitgehend aus den Sortimenten des Elektro-Fachhandels verschwunden sind – die AMK rechnet den Elektrohändlern bei Küchenmöbeln nur noch einen Marktanteil von knapp 0,7 Prozent zu – erreicht das Geschäft mit Einbaugeräten insbesondere beim Geräte-tausch eine noch beachtliche Größenordnung. Der ausgewiesene Marktanteil von 6,5 Prozent bezieht sich fast nur auf Einbaugeräte und relativiert sich auf etwa 15 Prozent vom Einbaugeräte-Gesamtumsatz (3,77 Mrd. Euro in 2009), wenn man den geringen Küchenmöbel-Umsatz abzieht. Außer dem technischen Fachhandel (Elektro/Sanitär/HE) treten nennenswert noch der Versandhandel (nach Ausscheiden von Quelle im wesentlichen die Otto Group mit dem Franchise-System Küche & Co) und Baumärkte (Mitnahme-Küchen) sowie Wohnungsbauunternehmen in Erscheinung. Eine gewisse Rolle spielt der Direktverkauf der Hersteller – aber weniger in Form eigener Fachgeschäfts-Filialsysteme (z.B. Alma-Küchen), sondern mit Beteiligung des Fachhandels bei Premium-Marken wie Bult-haup, SieMatic, Poggenpohl u.a.m. in speziellen Studios. Die Umsätze sind dem Küchenfachhandel zugerechnet.

Bleibt der Küchenmarkt ein Wachstumsmarkt?

Einbauküchen gehören wie Möbel und Wohnungseinrichtung zu den längerlebigen Anschaffungsgütern, die preislich die Budgets der Privathaushalte erheblich belasten und damit besonders auf Konjunkturschwankungen und Einkommensentwicklungen reagieren. Anlässe für die Anschaffung einer Einbauküche sind:

- Neubezug einer Wohnung (Eigentum, Mietwohnung)
- Wohnungswechsel (Umzug)
- Haushaltsneugründung
- Ersatzbeschaffung für Küchenmöbel und Einbaugeräte

Wichtig für die künftige Entwicklung ist wie in allen Konsumgüter-Märkten die demografische Veränderung der Wohnbevölkerung, die sich auch in künftigen Strukturen der Haushalte auswirkt. Die Einwohnerzahlen werden mittelfristig schrumpfen (bis 2020 auf ca. 80,5 Mio., bis 2030 auf 77,6 Mio.). Der Anteil der über 64-Jährigen wird bis 2030 auf fast 28 Prozent wachsen (2010: 20 Prozent). Die Lebenserwartung steigt ten-

denziell. Im Gegensatz zur Bevölkerungsentwicklung werden die Privathaushalte begrenzt weiter zunehmen – von 2010 (39,4 Mio.) um 1,5 Prozent auf knapp 40 Mio. bis 2015, danach ist Stagnation zu erwarten. Zulegen werden jedoch nur Kleinhaushalte (1–2 Personen), und hier insbesondere die Seniorenhaushalte (+ 5 Prozent auf 14,6 Mio.).

Die absehbare demografische Entwicklung nimmt Einfluss auf den Wohnungsbau und damit auch auf die Ausstattung mit Küchen. Das Schrumpfen mittlerer Altersgruppen (30–45 Jahre) verringert die Baunachfrage (Wohneigentum), während andererseits der Bedarf an seniorengerecht ausgestatteten Wohnungen stetig steigt.

Ein Zukunftstrend ist auch in der Migration zu sehen: wenn immer mehr jüngere, gut ausgebildete Erwerbspersonen strukturschwache Regionen verlassen und in wirtschaftlich interessante, aufstrebende Wachstumsgebiete ziehen, steigt da die Nachfrage nach qualitativ wertigem Wohnraum, während regionale Schrumpfungsräume unter Nachfrageverlust leiden. Der Zusammenhang zwischen Wohnungsnachfrage und Bedarf nach Einbauküchen und Hausgeräten ist offensichtlich.

Die Zahl der Wohnfertigstellungen wird in 2010 laut Destatis und Ifo-Institut wieder leicht zulegen:

2008	176 000, davon 55 000 Ein- und Zweifamilienhäuser
2009	166 000, davon 58 000 Ein- und Zweifamilienhäuser
2010	175 000, davon 62 000 Ein- und Zweifamilienhäuser

Auch die Baugenehmigungen können 2010 nach Einschätzung der Landesbausparkassen auf über 190 000 steigen (+ 8 Prozent), vor allem dadurch begründet, dass immer mehr Menschen den Hausbau für die private Altersvorsorge nutzen. Bauwirtschaft und Experten beziffern den Bedarf an neuen Wohnungen in Deutschland auf 250 000 bis 350 000 jährlich, vor allem im Hinblick auf altersgerechten Wohnraum.

Aus Demografie, Wohnungsbautätigkeit und Wohnungswechsel (Migration) lassen sich mittelfristig zumindest stabile Entwicklungsaspekte auch für das Küchengeschäft ableiten – allerdings differenziert nach starken und strukturschwachen regionalen Wirtschaftsräumen.

Wesentlich zur Stabilisierung des Absatzes wird auch weiterhin der Ersatzbedarf bei Küchen und insbesondere bei Hausgeräten beitragen. Etwa 10 Millionen Küchen sind nach Einschätzung der Herstellerverbände älter als 15 Jahre. Angesichts der hohen Ausstattungsgrade bei Geräten (Kühlgeräte 100 Prozent, Gerätebestand ca. 40 Mio.; Geschirr-

spüler 65 Prozent; Elektroherde 85 Prozent) liegt hier der Ersatzbedarf noch höher. In zunehmend vielen Fällen führt das dazu, dass Geräte mit hohem Strom- und Wasserverbrauch unter Beibehaltung der Küchenmöbel gegen neue, leistungsfähigere und energiesparende Geräte getauscht werden. Während im Falle eines Neubezugs von Wohnräumen die Anschaffung einer Küche unumgänglich ist, kann der Ersatzbedarf je nach allgemeiner Konjunktur- und individueller Einkommenssituation hinausgeschoben werden. Auch der Ausgabenbetrag und die Art der Finanzierung einer Einbauküche unterliegt konjunkturellen Einflüssen. Im laufenden Jahr wird trotz bislang positivem Konjunkturverlauf, der in erster Linie dem Export zu verdanken ist, mit eher verhaltener



Foto: daseigenhaus

Der Anteil der über 64-Jährigen wird bis 2030 auf fast 28 Prozent wachsen. Das Schrumpfen mittlerer Altersgruppen (30–45 Jahre) verringert die Baunachfrage (Wohneigentum), während andererseits der Bedarf an seniorengerecht ausgestatteten Wohnungen stetig steigt

Entwicklung der privaten Konsumausgaben gerechnet (nominal + 0,6 Prozent; real + 0,2 Prozent). Die verfügbaren Einkommen der Haushalte werden auch preisbereinigt leicht zulegen, ebenso aber auch die Sparquote. Die Einschätzungen der Küchenmöbel-Hersteller und der Hausgeräte-Industrie sind entsprechend vorsichtig: unveränderte Umsätze zum Vorjahr, jedoch kein Rückgang. Die mittelfristige Entwicklung der Binnenkonjunktur bleibt abzuwarten. An der derzeitigen Situation, wonach etwa 40 Prozent der privaten Haushalte über gute/überdurchschnittliche Kaufkraft verfügen und damit als Käuferzielgruppe für das Segment der höher- bis hochpreisigen Einbauküchen prädestiniert sind, wird sich wenig ändern. Damit bleibt auch die Absatz- und Umsatzstruktur der Küchen bestehen:

- etwa 43 bis 45 Prozent des Küchenumsatzes kann dem höherpreisigen Segment ab 8000 Euro zugerechnet werden; der Anteil der verkauften Einheiten dürfte sich hier zwischen 30 und 33 Prozent bewegen (0,5 bis 0,6 Mio. Einheiten).
- die restlichen 55 bis 57 Prozent des Umsatzes werden im Niedrig- und Mittelpreissegment erzielt, mit durchschnittlichen Verkaufspreisen von 4500 bis 5000 Euro, entsprechend etwa 1 Mio. verkaufter Einheiten.

Die Frage, inwieweit in beiden preislichen Hauptsegmenten die Umsätze qualitativ, durch erhöhte Wertschöpfung, noch zusätzlich gesteigert werden können, hängt vom Angebot der Möbel- und Geräteindustrie und von der Aktivität der unterschiedlichen Anbieter im Küchenhandel ab.

In beiden Bereichen – Möbel und Geräte – hat sich weiterhin viel getan. Dem Trend zum „Homing“ wurde gefolgt. Dem Konsumenten – vom jungen Einsteiger-Haushalt mit schmalen Budget bis zum anspruchsvollen, gut betuchten Küchenkäufer und Hobby-Koch – stehen alle Wünsche offen und lassen sich realisieren.

Im Fokus der modernen Küche der nahen Zukunft stehen Komfort und Ergonomie, Design und die multimediale Vernetzung. Das Design macht die Küche der Zukunft zum Wohnmittelpunkt und integriert sie harmonisch in das gesamte Einrichtungsumfeld.



Foto: Gutmann

Neue und interessante Küchentrends wurden auch auf der „Eurocucina 2010“ Mitte April in Mailand vorgestellt, wobei auch die deutschen Möbel- und Geräte-Hersteller mit innovativen Konzepten beeindruckten

Die flächenbündigen Fronten, derzeit betont glänzend durch Lack, Schichtstoff oder Acryl, lassen die Geräte, die Spüle und Zubehör nur sichtbar werden, wenn sie benötigt werden. Bei Bedarf fahren in der Höhe verstellbare Schrankwände in die Tiefe und geben Arbeitsfläche frei; flache Spülen verringern den Wasserverbrauch, Armaturen sind versenkbar.

Die zu erwartende zunehmende Vernetzung im multimedialen Bereich ermöglicht das Kommunizieren der technischen Geräte auch in der Küche – z.B. können über einen Touchscreen im Kochfeld auch Fernseher, Internet und anderweitige Haustechnik bedient werden. Über „Wohnen und Kochen im Jahr 2015“ berichtete ausführlich die Ausgabe 3/2010 des „rfe-elektrohändler“.

Neue und interessante Küchentrends wurden auch auf der „Eurocucina 2010“ Mitte April in Mailand vorgestellt, wobei auch die deutschen Möbel- und Geräte-Hersteller mit innovativen Konzepten beeindruckten. Neue Küchensysteme beziehen auch Decke, Boden und Wände in das Gesamtbild ein. Geräte, Arbeitszonen und Anwendungen können künftig in einem einzigen, multifunktionalen Möbelement verschmelzen.

Über die Trends und Innovationen im Bereich der komfortablen und energieeffizienten Einbaugeräte – von Einbaubacköfen über Induktionskochfelder bis Geschirrspüler, Kühl- und Gefriergeräte und kreative Abzugshauben – wird in den „rfe-eh“-Ausgaben laufend informiert.

Im Verbund und per Kooperation können Hersteller und insbesondere der qualifizierte Fachhandel bewirken, dass die Wertigkeit und Attraktivität des komplexen Produktes Einbauküche im Wohnumfeld weiter zunimmt und – sofern die Konjunktur mitspielt – damit beste Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen. *Peter Clevenz*