

PRESSE-INFO

„Branchen-SPIEGEL Küchen 2017“

Neue Studie: Deutscher Küchenmarkt auf Wachstumskurs

Köln. Dem Wechselbad der Monatsergebnisse zum Trotz: Der deutsche Küchenmarkt steht gut da. 2016 stieg das Marktvolumen erneut. Ergebnissen der Forschungsdatenbank von Marketmedia24 zufolge ist der Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr um leicht über 2 Prozent gewachsen. Besonders der Hochwertbereich bereitete Freude, und der Fachhandel spricht von einer Beschaffungsquote „auf Rekordniveau“. Doch diesem Vertriebsweg bereiten die Marktmacht der Großen und der interaktive Wettbewerb Kopfschmerzen. Immerhin haben Onliner und Versender ihren Umsatz von 2012 bis 2016 um über 16 Prozent gesteigert, wie der jetzt veröffentlichte „Branchen-SPIEGEL Küchen 2017“ von Marketmedia24 dokumentiert.

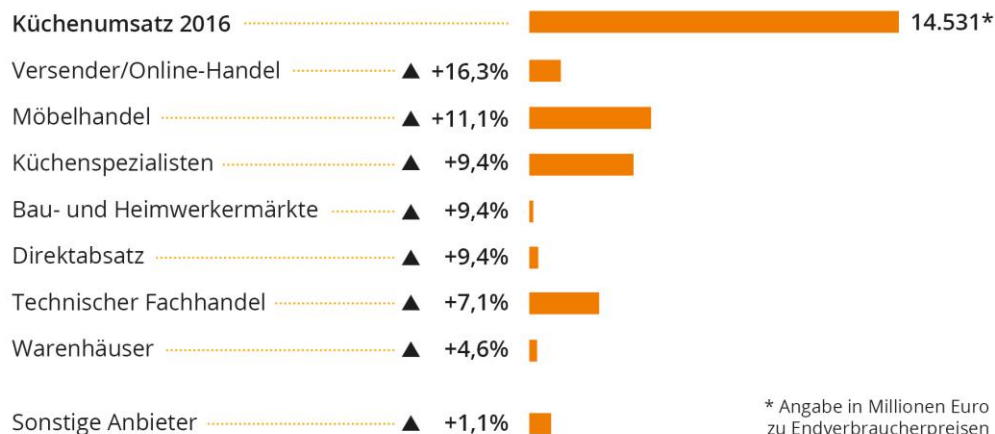
Der deutsche Küchenmarkt bleibt von den Trends und gesellschaftlichen Entwicklungen beflügelt. So verzeichneten die deutschen Küchenmöbelhersteller nach Angaben der Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) 2016 ein starkes Mengen- und Umsatzwachstum im Bereich über 10.000 Euro Auftragswert. Das tägliche Umsatzbrot ist allerdings anders dimensioniert: Der deutsche Durchschnittskunde will möglichst preiswert kaufen, aber nicht immer die einfachste und billigste Lösung, erteilt AMK-Geschäftsführer Kirk Mangels den verbreiteten hardcore Preisstrategien eine klare Absage. „Stationär first“ heißt es auf jeden Fall in dieser Branche. Denn Möbelhandel und Küchenspezialisten vereinen 60 Prozent Marktanteil auf sich. Zwar holt Online mächtig auf, bleibt aber bis 2018 mit seinem Marktanteil noch im einstelligen Bereich.

Die Pro-Kopf-Ausgaben für Küchen sind in Deutschland in 2016 erneut leicht gestiegen. „Allerdings sind Küchenkäufer und Käuferinnen vor allem bei Elektrogeräten spendabel. Ebenso werden bei den Montageleistungen höhere Preise akzeptiert“, unterstreicht Karl Oerder, Marktforschungsleiter bei Marketmedia24. So werden bei den Elektrogroßgeräten hochwertige Features bedeutender und Innovationen treiben die Wertsteigerung.

Doch die Trendbäume wachsen für die Küchen nicht in den Himmel. Neben neuen Küchen in alten Räumen kurbelt besonders der Bauboom die Nachfrage an. Doch trotz Kochlust stehen immer weniger Deutsche im normalen Alltag am Herd, weiß der vom Bundesernährungsministerium in Auftrag gegebene Ernährungsreport. Außerdem bringt die Wohnungsnot in Ballungszentren neue Wohnkonzepte hervor: Mini-Appartements mit Mini-Einbauküchen sind längst nicht mehr nur in Studentenwohnungen Usus. In den neuen Co-Living Quarters begnügen sich die Bewohner mit kleinen Privaträumen und teilen sich eine Gemeinschaftsküche. Trotzdem sind die Prognosen für den deutschen Küchenmarkt weiterhin positiv. Marketmedia24 erwartet, dass die Branche Ende 2018 kurz vor der 15 Milliarden Euro Marke stehen wird.

Noch gilt „stationär first“

Die Umsatzveränderung im deutschen Küchenhandel
2016 gegenüber 2012



Noch gilt „stationär first“ im deutschen Küchenmarkt. Denn 2016 bündeln allein Möbelhandel und Küchenspezialisten über 60 Prozent Marktanteil. Doch der interaktive Handel holt auf. Seit 2012 steigerte dieser Vertriebsweg seinen Umsatz um 16,3 Prozent. Bis 2018 wird der Umsatz von Versendern/Online-Händlern voraussichtlich um weitere 7,8 Prozent steigen.

Quelle: Marketmedia24 (Köln)

Der neue „Branchen-SPIEGEL Küchen 2017“ liefert belastbare Fakten und Zahlen. Die Studie ist zum Preis von 295,00 Euro zzgl. MwSt. per E-Mail zu beziehen unter studien@marketmedia24.de. Darüber hinaus steht sie zum direkten Download im Studien-Shop unter <http://shop.marketmedia24.de> bereit.

3.090 Zeichen inkl. Leerzeichen | 398 Wörter

Ihr Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49(0)2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.