

Branchenporträt | 20.01.2017 | Lesezeit 2 Min.

Statussymbol Küche

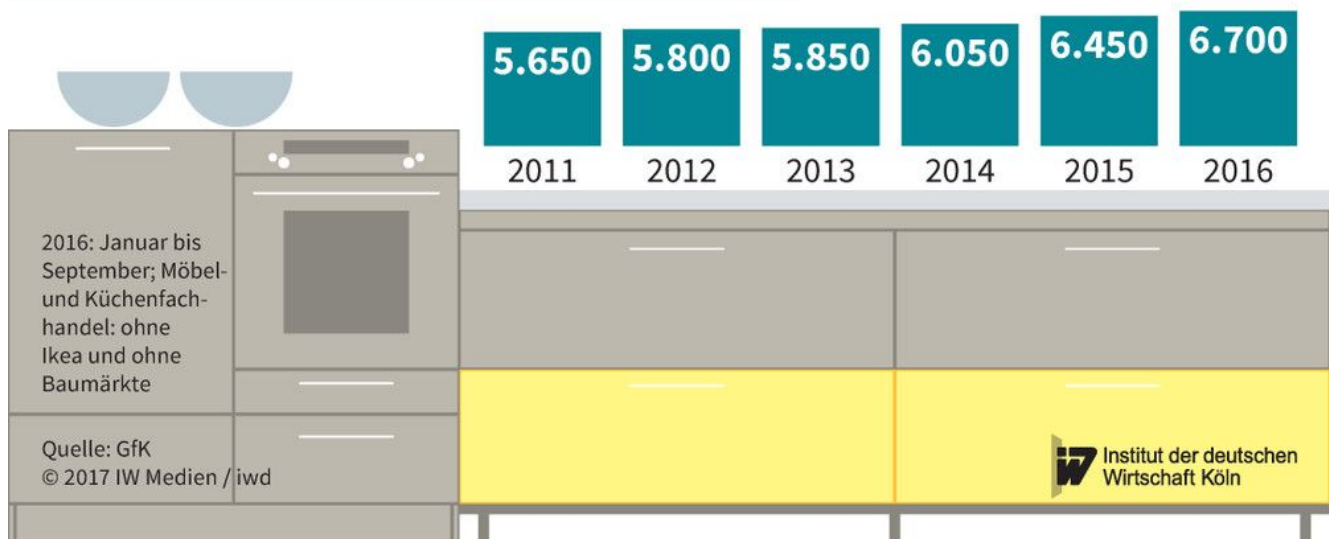
Der deutsche Möbel- und Küchenfachhandel kann sich seit Jahren über steigende Umsätze freuen. Auf der Internationalen Möbelmesse Köln mit der „LivingKitchen“ wurden die neuesten Trends präsentiert - zum Beispiel klingende Unterschränke und unsichtbare Kochfelder.

Lackfront statt Ledersitz, Multidampfgarer statt Multifunktionslenkrad: Die Deutschen haben ein neues Statussymbol und das heißt Küche. Seit geraumer Zeit investieren die Bundesbürger Jahr für Jahr mehr in neue Küchen - und das nicht etwa, weil die Hersteller höhere Preise verlangen, sondern weil Hobbyköche und Hausfrauen immer mehr Wert auf eine bessere Ausstattung legen (Grafik):

Im Jahr 2016 lag der Durchschnittspreis für eine in Deutschland verkaufte Küche bei rund 6.700 Euro, das waren 250 Euro mehr als 2015.

Darf's ein bisschen mehr sein?

Durchschnittspreise der vom Möbel- und Küchenfachhandel verkauften Küchen in Deutschland in Euro



Besonders erfreut ist die Branche darüber, dass der Markt vor allem im hochpreisigen Segment wächst: Von Januar bis September 2016 verkaufte der deutsche Möbel- und Küchenfachhandel rund 20 Prozent mehr Küchen mit einem Auftragswert von mindestens 20.000 Euro als im Vorjahreszeitraum. Zum Vergleich: Das Wachstum der Branche insgesamt belief sich in den ersten neun Monaten 2016 gegenüber dem gleichen Zeitraum 2015 auf knapp 7 Prozent. Küchen, die zwischen 5.000 und 10.000 Euro kosteten, trugen 2016 mit einem Umsatzplus von 4,4 Prozent demnach sogar nur unterdurchschnittlich zum Branchenwachstum bei.

Trend zur offenen Küche kurbelt das Geschäft an

Ein Grund, warum in Deutschland so viele teure Küchen verkauft werden, ist der Trend zur offenen Wohnküche. Was früher gerne in schlauchförmigen Acht-Quadratmeter-Kämmerchen untergebracht war, residiert heute bevorzugt inmitten

einer großzügigen Wohnzimmerlandschaft. In mehr als einem Viertel der Wohnungsneubauten sind Küche und Wohnen bereits in einem Raum vereint. Das wiederum erklärt, warum viele Küchenkäufer in jüngerer Zeit vergleichsweise viel Geld in Dunstabzugshauben investieren – denn wer will schon den Sonntagabend-Tatort umwölkt von Sauerkrautdünsten verfolgen?

Die deutsche Küchenbranche hat in den ersten neun Monaten 2016 knapp 7 Prozent mehr Umsatz erzielt als im selben Vorjahreszeitraum.

Rund eine Million Küchen wurden laut dem Marktforschungsunternehmen GfK in den ersten neun Monaten des Jahres 2016 in Deutschland verkauft, was dem hiesigen Möbel- und Küchenfachhandel einen Inlandsumsatz von rund 7,2 Milliarden Euro bescherte.

China könnte sich zum wichtigsten Absatzmarkt entwickeln

Wachstumstreiber der Küchenbranche ist laut „Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche“ (AMK) allerdings der Export, der 40 Prozent des Gesamtmarktes ausmacht. Große Hoffnungen setzt die AMK vor allem auf China: Aktuell sieht der Verband dort ein jährliches Absatzpotenzial von rund zwei Millionen Küchen, für 2030 rechnet man sogar mit fast acht Millionen Küchen, die deutsche Hersteller in der Volksrepublik verkaufen könnten.

Kernaussagen in Kürze:

- Die Deutschen investieren Jahr für Jahr mehr Geld in neue Küchen.
- Besonders stark wächst das hochpreisige Segment für Küchen mit einem Auftragswert von mehr als 20.000 Euro.
- Wachstumstreiber der Küchenbranche ist der Export, der 40 Prozent des Gesamtmarktes ausmacht. China bietet hier ein großes Absatzpotenzial.