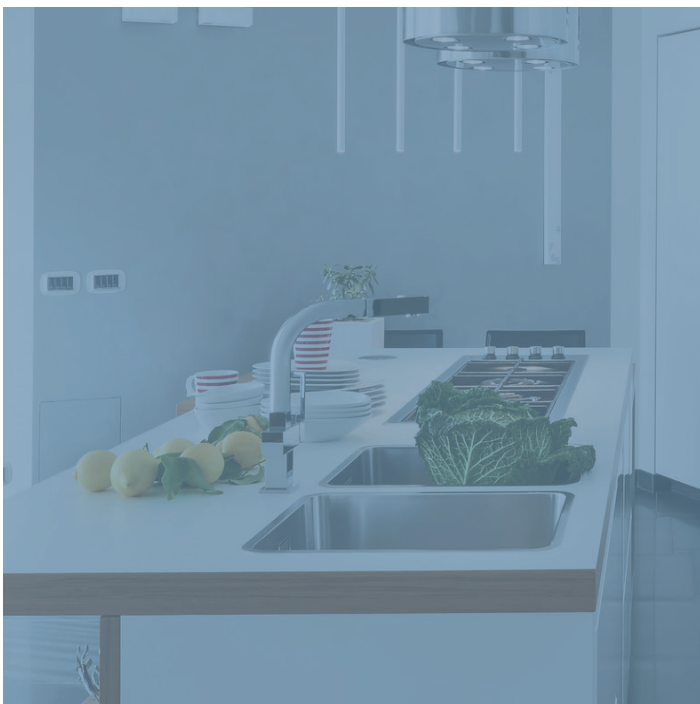


BRANCHENFOKUS KÜCHEN

JAHRGANG 2017



UWE KRÜGER

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON
IFH KÖLN UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH
Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Uwe Krüger
Telefon +49(0)221 943607-63
u.krueger@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln.**

Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Titelfoto: Fotolia.com

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Tabellenverzeichnis	IV
Übersichtenverzeichnis	V
Editorial	1
Kapitel I Der deutsche Küchenmarkt: Zahlen, Fakten, Zeitreihen	6
A Die Herstellerebene	8
1 Produktion, Import, Export, Inlandsmarktversorgung (zu Herstellerabgabepreisen)	8
2 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	14
B Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene 2012 bis 2016	19
1 Die Gesamtmarktentwicklung	19
2 Die Warengruppen	27
3 Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer- Warengruppen	33
C Die Vertriebsebene	34
1 Vertriebswegeprofile	35
2 Die Vertriebsstrukturen 2012 bis 2016 mit den Formaten ...	38
■ Möbelfachhandel [inkl. Möbelfilialisten]	38
■ Küchenspezialisten [inkl. Fachmarktlinien]	38
■ Mitnahmemärkte	38

	■ CE-/Elektro-Fachhandel/-fachmärkte	38
	■ Sonstiger Fachhandel [Sanitärfachhandel, H&E-Fachhandel]	38
	■ Versender	38
	■ Internet-Pure-Player	38
	■ SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte/Discounter	38
	■ Bau-/Heimwerkermärkte	38
	■ Sonstige Anbieter	38
	3 Die Wachstumstreiber – Gewinner-/Verlierer-Vertriebswege	50
	4 Die Anbieter – Strukturen und Mainplayer	51
Kapitel II	Der deutsche Markt für Möbel Prognose bis 2021	58
	A Die wichtigsten Einflussfaktoren	58
	1 Gesamtwirtschaftliche Situation	59
	2 Branchenspezifische Determinanten und Rahmenbedingungen	65
	3 Branchenspezifische Annahmen	71
	4 Branchenpositionierung von Küchen im Geschäftsfeld Home & Interior bis 2021	75
	5 Küchen im Vergleich zur Gebrauchsgüternachfrage	77
	6 Preisentwicklung für Küchen bis 2021	78
	B Prognose-Ergebnisse im Detail von 2016 bis 2021	79
	1 Umsatzentwicklung des Küchenmarktes bis 2021 Gesamtmarkt und Teilmärkte im Detail	80
	2 Der Markt im Zehnjahreszeitfenster von 2012 bis 2021, Entwicklung in Mio. Euro / Indexvergleich mit Home & Interior	82

3	Marktstruktur nach Teilmärkten 2012/2016/2017/2021 in Mio. Euro / in %	83
4	Vertriebswege für Küchen 2015 bis 2021 Marktanteile im Detail in % und Mio. Euro	85
5	Vertriebswegesituation für Möbel 2016 / 2021 im Vergleich: Marktanteilsgewinner / -verlierer	87
6	Vertriebswegesituation für Möbel 2021 in % / Indexentwicklung 2016 / 2021	88

Tabellenverzeichnis

	Seite
Tabelle 1: Struktur der Küchenmöbelindustrie in der Einteilung nach Mittelstand, Klein-, und Großbetriebe (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	17
Tabelle 2: Hersteller und Produktportfolio	18
Tabelle 3: Das Marktvolumen für Einrichtungsbedarf insgesamt und differenziert nach Einzelmärkten, 2000/05/10, 2015/16; 2021 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen / Indexbasis 2000 = 100)	21
Tabelle 4: Das Marktvolumen für Einrichtungsbedarf insgesamt und differenziert nach Einzelmärkten, 2000/05/10, 2015/16; 2021 (Marktanteile in %)	22
Tabelle 5: Das Marktvolumen für Küchen insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2012 bis 2016 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	25
Tabelle 6: Das Marktvolumen für Küchen insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2012 bis 2016 (Index 2010=100)	26
Tabelle 7: Struktur des Möbelfachhandels in der Einteilung nach Mittelstand, Klein- und Großbetrieben (Unternehmensanzahl, Umsatz in Mio. Euro, Anteile in %)	56
Tabelle 8: Möbel-/Küchenhändler, Verbundgruppen	57
Tabelle 9: Das Marktvolumen für Küchen insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten bis 2021 (in Mio. Euro zu Endverbraucherpreisen)	80
Tabelle 10: Das Marktvolumen für Küchen insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten, 2016 bis 2021 (Index 2016=100)	81
Tabelle 11: Küchen: Marktanteile der Vertriebswege 2015 bis 2021 (in %)	85

Tabelle 12: Küchen: Marktanteile der Vertriebswege 2015 bis
 2021 (in Mio. Euro)

86

Übersichtenverzeichnis

	Seite
Übersicht 1: Strategischer Branchenüberblick: Möbel im Geschäftsfeld Home & Interior	7
Übersicht 2: Die Inlandsmarktversorgung mit Küchen inkl. Einbaugeräten 2012 bis 2016 in Mio. Euro zu HAP	11
Übersicht 3: Die Inlandsmarktversorgung mit Küchenmöbeln 2012 bis 2016 in Mio. Euro zu HAP	12
Übersicht 4: Die Inlandsmarktversorgung mit Einbaugeräten 2012 bis 2016 in Mio. Euro zu HAP	13
Übersicht 5: Umsatzgrößenstruktur der Küchenmöbelindustrie vs. Verarbeitendes Gewerbe im Lorenzkurvenvergleich 2015	17
Übersicht 6: Einrichtungsbedarf: Möbelgesamtmarkt vs. Küchenmarkt in der Indexentwicklung, 2000, 2008-2010, 2015/16-2021	23
Übersicht 7: Küchenmarktsegmente: Top/Flop in der Indexentwicklung 2005/2012-2016	24
Übersicht 8: Küchen: Holz-Geräte-Verhältnis, 2000, 2012 – 2016, 2021 in %	24
Übersicht 9: Küchenmöbel: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	29
Übersicht 10: Einbaugeräte: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	30
Übersicht 11: Einbaugeräte: Marktstruktur 2005, 2012 bis 2016, 2021 in %	30
Übersicht 12: Herde/Backöfen: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	31
Übersicht 13: Kochmulden: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	31
Übersicht 14: Geschirrspüler: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	32
Übersicht 15: Kühlgeräte: Umsatzentwicklung 2005, 2012 bis 2016, 2021 in Mio. Euro	32

Übersicht 16:	Änderungsraten für Küchen insgesamt und differenziert nach Marktsegmenten im Berichtsjahr 2016	33
Übersicht 17:	Die Marktentwicklung für Küchen insgesamt und nach Marktsegmenten 2012 bis 2016 (Index 2012=100)	33
Übersicht 18:	Die Marktanteile der Küchenvertriebswege im Überblick 2012 bis 2016, 2021 in %	39
Übersicht 19:	Langfristige Indexentwicklung wichtiger Vertriebswege 2008 bis 2016 (Index 2005 = 100)	40
Übersicht 20:	Online-Handel: Gesamtbedeutung bei Küchen 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / CAGR in %	41
Übersicht 21:	Küchen: Offline vs. Online 2012 bis 2016/20 Anteile in % vom Gesamtmarkt / CAGR '16/21	41
Übersicht 22:	Küchen: Online-Marktanteile 2012 bis 2016/21 in %	43
Übersicht 23:	Küchen: Onlineanteile Stationär/Nicht-stationär 2012 bis 2016/21 in %	43
Übersicht 24:	Küchenumsätze des Möbelfachhandels 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	44
Übersicht 25:	Küchenumsätze der Mitnahmemärkte 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	44
Übersicht 26:	Küchenumsätze der Küchenspezialisten 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	45
Übersicht 27:	Küchenumsätze von CE/Elektro-Fachhandel/-fachmärkten 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	46
Übersicht 28:	Küchenumsätze der Versender 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	47
Übersicht 29:	Küchenumsätze der Internet-Pure-Player 2012 bis 2016/21 in Mio. Euro / in % zum Vorjahr	47
Übersicht 30:	Küchen - Wachstumsraten von Möbelfachhandel/Küchenspezialisten im Vergleich 2017 bis 2021 in % zum Vorjahr	48
Übersicht 31:	Küchen - Wachstumsraten von Versendern/IPPs im Vergleich 2017 bis 2021 in % zum Vorjahr	49

Übersicht 32:	Küchen – Marktanteile der Vertriebswege im Berichtsjahr 2016	50
Übersicht 33:	Küchen – Entwicklung der Vertriebswege im Berichtsjahr 2016	50
Übersicht 34:	Umsatzgrößenstruktur des Möbelfachhandels vs. Einzelhandel in der Lorenzkurve 2015	56
Übersicht 35:	Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2012 - 2021	62
Übersicht 36:	Private Konsumausgaben und ihre Verwendung, 2012 - 2021	63
Übersicht 37:	Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2012 - 2021	64
Übersicht 38:	Branchenrelevante Determinanten im Überblick	67
Übersicht 39:	Küchen: Märktedynamik im Geschäftsfeld Home & Interior 2012/2016 und 2016/2021	76
Übersicht 40:	Küchen: Branchenmarktanteile und Entwicklung im Geschäftsfeld Home & Interior 2012/2016/2021	76
Übersicht 41:	Küchen und Gebrauchsgüter im Indexvergleich 2016 bis 2021	77
Übersicht 42:	Die Preisentwicklung für Küchen bis 2021	78
Übersicht 43:	Das Marktvolumen für Küchen insgesamt 2012 bis 2021 in Mio. Euro und Veränderungsraten zum Vorjahr (in %)	82
Übersicht 44:	Marktentwicklung Küchen vs. Geschäftsfeld im Überblick Home & Interior 2012 bis 2021 (Index 2010=100)	82
Übersicht 45:	Marktvolumen für Küchen nach Teilmärkten 2012 bis 2021 in Mio. Euro	83
Übersicht 46:	Marktvolumen für Küchen nach Teilmärkten 2012 bis 2021 in %	83
Übersicht 47:	Küchen: Umsatzdynamik der Teilmärkte 2012/2016 und 2017/2021 in %	84
Übersicht 48:	Küchen: Marktanteile der Vertriebswege 2016 und 2021 (in %)	87

Übersicht 49:	Küchen: Marktanteilsgewinner/-Verlierer 2016 vs. 2021 (Differenz in Prozentpunkten)	87
Übersicht 50:	Küchen: Marktanteile der Vertriebswege 2021	88
Übersicht 51:	Küchen: Indexentwicklung der Vertriebswege 2016 bis 2021 (Index 2016=100)	88
Übersicht 52a:	Küchen: Vertriebswegedynamik 2012/2016 und 2017/2021 in %	89
Übersicht 52b:	Küchen: Vertriebswegedynamik 2012/2016 und 2017/2021 in %	90