Kirk Mangels, Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft
Die Moderne Küche e.V. (AMK), erklärt

anlässlich des Pressefrühstücks zur LivingKitchen 2017,
am 17. Januar 2017 in Köln:

Küchenwelt 2017:
Die Internationalisierung geht voran:

Internationale LivingKitchen 2017

Die LivingKitchen unterstreicht alleine schon von der Internationalität ihrer Aussteller den eigenen Anspruch und das ist selbst aus Sicht eines überwiegend mitteleuropäisch geprägten Küchenverbandes gut so. Um die Besucher abschließend zu beurteilen, ist es zugegebenermaßen noch etwas früh, aber der erste Eindruck bestätigt, dass die Welt zu Gast in Köln ist, um sich von der leistungsfähigsten Küchenbranche inspirieren zu lassen.

Internationale Entwicklung:

Erneut war im Jahr 2016 der Export der Wachstumstreiber der Küchenbranche. In Europa, aber allem voran im Heimatmarkt Deutschland, ist Wachstum ausschließlich über Verdrängung möglich. Märkte, in denen ein eigenes Marktpotential entsteht, sind weiter weg. Die größte Hoffnung setzt die Branche hier in den chinesischen Markt, in dem die AMK auch mit einer eigenen Tochtergesellschaft präsent ist. Hier habe ich Ihnen auch eine neue Prognose mitgebracht, die uns die Cologne Strategy Group (CSG) mit ihrer Expertise in der Strategieberatung und damit einhergehend ihrer Marktbeobachtungs- und Vorhersagekompetenz erstellt hat. Schon heute ist das Küchenpotential des chinesischen Marktes mit 2,03 Millionen Küchen größer als der gesamte deutsche Markt. Und hier geht es nicht um Küchen aller Preisgruppen, die in China verkauft werden. Dann wären wir nämlich bei einem Gesamtbedarf an Küchen schon heute von 22,72 Millionen. Vielmehr haben wir die Zahlen reduziert, in dem wir nur Haushalte mit einbezogen haben, die in einer

Arbeitsgemeinschaft
Die Moderne Küche e.V. (AMK)
Harrlachweg 4
68163 Mannheim

Telefon: +49(0) 621 85 06 100
Telefax: +49(0) 621 85 06 101
Internet: www.amk.de
www.tag-der-kueche.de
E-Mail: info@amk.de

Belege erbeten an:
Pressestelle der AMK
Abdruck und Auswertung frei.
Die AMK stellt Ihnen auf Anforderung gerne weiteres Text- und Bildmaterial zur Verfügung.

Stadt liegen und über ein Einkommen verfügen, sodass man sich auch eine europäische Küche leisten könnte. Dieses Potential wurde noch einmal um 30 % gekürzt als Annahme, dass diese Haushalte, sich eine solche Küche leisten könnten, es aber aufgrund von kulturellen Unterschieden nicht tun.
Diese Zahlen hat uns die CSG auf das Jahr 2030 hochgerechnet: Im Jahr 2030 werden aufgrund der Stadt-Land-Entwicklung und der prognostizierten Einkommensentwicklung in China 7,93 Millionen hochwertige Küchen verkauft werden. Ein unglaubliches Potential. Ist diese Zahl doch deutlich höher als der aktuelle Küchenverkauf in ganz Europa.

Politischen Rahmenbedingungen:

Meine Damen und Herren, es liegt mir sicherlich fern schwarzmalen zu wollen. Insbesondere nicht am zweiten Tag einer so fantastischen Messe. Aber lassen Sie mich doch ein paar Dinge loswerden:
Auch wenn es in der Küchenbranche, mit Ausnahme in Russland, noch kaum spürbar ist, so stellen wir doch sich langsam verändernde politische Rahmenbedingungen fest. Waren wir uns in den Vorjahren noch nicht sicher, ob diese auch Auswirkungen auf die deutsche Küchenbranche haben würden, so werden sich diese zukünftig aller Voraussicht nach nicht mehr vermeiden lassen. Insgesamt lassen sich politisch extremere Strömungen erkennen. Die Türkei wandelt sich weg von der Demokratie hin zu einer islamischen Monokratie. Es droht ein neuer West-Ost-Konflikt. Überall in Europa kommen neue Parteien auf. Sei es wie in Griechenland und Portugal weit links oder wie in den USA, Frankreich, Italien, Österreich und – das muss man leider sagen – auch in Deutschland nach rechts. So unterschiedlich beide Strömungen grundsätzlich auch sind, sie stehen für eine Sache einheitlich NICHT:
Für einen frei zugänglichen Markt und beschwerdefreien Handel zwischen den Ländern. Dies allerdings ist eine Grundvoraussetzung, um die internationale Erfolgsgeschichte der Küche „Made in Germany“ fortzuschreiben. Leider müssen wir feststellen, dass solche marktbeschränkenden Tendenzen auch für die Küche in zahlreichen Ländern entstehen. In Japan ist dies traditionell der Fall und seit einigen Jahren ist Russland aus bekannten Gründen dazu gekommen. Neuerdings wird es schwierig, Küchen wie wir sie hier kennen, in die USA zu exportieren, und selbst ein EU-Land wie Frankreich schafft ein neues Handelshemmnis. Hier ist das Ende der Fahnenstange noch nicht erreicht.

Der Brexit in Großbritannien und die Unsicherheit durch den designierten US-Präsidenten Donald Trump runden das Bild der Unsicherheit ab. Doch auch in Deutschland gibt es in diesem Jahr Bundestagswahlen. Durch die jüngsten Terroranschläge in Berlin herrscht große Unsicherheit. Die Durchhalteparole „Wir schaffen das“ scheint zahlreiche Menschen nicht mehr zu erreichen. Problem: Im etablierten politischen Spektrum bietet sich für eine andere Haltung (aktuell) keine Alternative. Dies birgt auch für Deutschland die Gefahr, dass wir ein Jahr mit vielen politischen Unsicherheiten erleben werden, die sich auch in einer Kaufzurückhaltung äußern könnte.

Um es ganz klar zu sagen: Wichtige Faktoren für eine gute wirtschaftliche Entwicklung sind stabile politische Verhältnisse und ein nur geringes Maß an Unsicherheit.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.
(AMK)

Köln, 17. Januar 2017