



REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR
CHINA, 16. – 22. OKTOBER 2017

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

CHINAS KÜCHENWELT IN 7 TAGEN

EINFÜHRUNG

WARUM EINE CHINA KITCHEN TOUR?

Der Markt für Küchen in Deutschland und die Märkte in den umliegenden Ländern Europas wachsen nur noch gering, und es herrscht ein starker Verdrängungswettbewerb. Immer mehr Verantwortliche kommen daher zu dem Entschluss, ihr Unternehmen auch für den Export in Ländern aufzustellen, in denen Küchen aus Deutschland noch keinen sonderlich hohen Marktanteil haben.

Zu den wichtigsten Zukunftsmärkten der Küchenbranche gehört zweifelsohne China. Das Reich der Mitte weist die weltweit höchsten Wachstumsraten und Produktvolumina auf. Schon heute werden dort rund 1,5 Mio. Küchen produziert und vertrieben – mehr als im deutschen Markt. Welches Potenzial dieser Markt auch in Zukunft haben wird, wird unter anderem durch die Prognose der Cologne Strategy Group (CSG) für 2030 deutlich: Vorsichtigen Berechnungen zufolge werden in China 2030 knapp 8,4 Mio. hochwertige Küchen verkauft.

Wer den Markteintritt in China plant, benötigt allerdings mehr als Branchenwissen. Es gilt, die Besonderheiten des Marktes zu verstehen. Mit der ersten China Kitchen Tour 2017 haben wir dezidierte Einblicke in den chinesischen Markt vermittelt und Kontakt zu heimischen Herstellern und Verbänden sowie zu den erfolgreichen europäischen Marktplayern in China hergestellt. Vor Ort haben die Teilnehmer hautnah Unternehmen sowie Handelsplätze und in Summe den Küchenmarkt China erlebt.

EINFÜHRUNG

WARUM EINE CHINA KITCHEN TOUR?

Die erste China Kitchen Tour 2017 vom 16. bis 22. Oktober 2017 bot genau die Impulse, welche die Teilnehmer für ihre erfolgreiche Exportstrategie benötigen. Und wir als Veranstalter kümmerten uns um fast alles: Ab und bis Shanghai haben wir den Teilnehmern ein abwechslungsreiches Programm geboten – sieben erlebnisreiche Tage, die den Blick nachhaltig geschärft haben.

Unser Angebot richtete sich an die Geschäftsführer sowie weitere Entscheidungsträger der europäischen Küchen- und Einrichtungsbranche. Zehn Teilnehmer sind unserem Angebot gefolgt und haben zusammen mit uns auf Augenhöhe interessante und inspirierende Persönlichkeiten auf chinesischer Seite getroffen. In Summe hat damit die erste China Kitchen Tour ein weiteres internationales Netzwerk der globalen Küchenbranche geschaffen, auf das zukünftig aufgebaut werden kann.

Organisatoren dieser Tour waren:



Florian Goos
GOOS COMMUNICATION



Kirk Mangels
AMK

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

**DIENSTAG:
HANDEL VOR ORT ERLEBEN**

DIENSTAG, 17. OKTOBER 2017: HANDEL VOR ORT



- Cimen Decoration Market, Nobilia-House, Ogloria Global Furnishing Exhibition Centre – die großen Einrichtung-Malls in Shanghai



- ISPACE Decoration Market – hier werden Wohnungen komplett ausgestattet, Kunden nur online beraten



- GOME Elektro Einzelhandel – vergleichbar mit MediaMarkt/Saturn

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

**MITTWOCH:
BLICK INS REICH DER E-GERÄTE**

MITTWOCH, 18. OKTOBER 2017: BLICK IN DIE E-GERÄTE



- Produktionsstätte der BSH Hausgeräte China in Nanjing



- Elektro Einzelhändler Suning Commerce Group (Offline & Online)



- Abendessen mit der Regierung von Siyang

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

**DONNERSTAG & FREITAG:
INDUSTRIE VOR ORT ERLEBEN**

DONNERSTAG, 19. OKTOBER 2017: INDUSTRIE VOR ORT



- Besuch des drittgrößten chinesischen Küchenherstellers Golden Home



- Besuch bei einem Holzwerkstoffhersteller

FREITAG, 20. OKTOBER 2017: INDUSTRIE VOR ORT



- Robam – einer der größten chinesischen Hersteller von Elektrogeräten für die Küche

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

SAMSTAG:

**5. CHINA KITCHEN INDUSTRIAL
DEVELOPMENT FORUM & SINO-GERMAN
MODERN KITCHEN INDUSTRY SUMMIT**

SAMSTAG, 21. OKTOBER 2017: LIVINGKITCHEN CHINA



- 5. China Kitchen Industrial Development Forum & Sino-German Modern Kitchen Industry Summit



- Galaveranstaltung der Messeveranstalter Koelnmesse und China National Hardware Association (CNHA)

REPORT ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

**SONNTAG:
DIE LIVINGKITCHEN CHINA / CIKB
ÖFFNET IHRE PFORTEN**

SONNTAG, 22. OKTOBER 2017: LIVINGKITCHEN CHINA / CIKB



- Offizielle Messeeröffnung der LivingKitchen China / CIKB 2017



- Besuch der Messe LivingKitchen China / CIKB 2017



- BSH-Party

FEEDBACK ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR 2017

**DAS SAGEN DIE TEILNEHMER
ZUM CHINESISCHEN MARKT UND DER
ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR**

FEEDBACK ZUR ERSTEN CHINA KITCHEN TOUR

„Die China Kitchen Tour hat mir wertvolle Einblicke in den chinesischen Küchenmarkt ermöglicht, die helfen, eine fundiertere Entscheidung über einen Markteintritt zu treffen. Mit der Organisation und Durchführung der Tour war ich sehr zufrieden!“

Stefan Hahne, SHD AG

„Dank der exzellenten Kontakte der AMK- und AMK-China-Mitarbeiter bot die Tour eine hervorragende Gelegenheit, den chinesischen Küchenmöbel- und Haushaltsgeräte-Markt im Hersteller- und Handelsbereich authentisch vor Ort kennenzulernen.“

Klaus-Henning Wulf, Ninkaplast

„Hoch informativ, kurzweilig und engagiert. Alles sehr gut und präzise geplant.“

Martin Staaks, Naber

„Besser, bzw. effizienter kann man keinen Überblick über die örtliche Wertschöpfungskette und die Aufholjagd Chinas bekommen. Ich war sehr zufrieden.“

Markus Frönd, ieQ-Systems

„Es ist gelungen einen Einblick zu bekommen, von „Science Fiction bei Suning“ bis „Ernüchterung bei Golden Home“ – gelungener Mix aus Handel und Industrie, gut organisiert.“

Martin Mies, Hailo

DAS SAGEN DIE TEILNEHMER ZUM CHINESISCHEN MARKT

„Der chinesische Markt hat seine eigenen, andersartigen Strukturen und Abläufe, entwickelt sich rasant vorwärts und nimmt nur dann Rücksicht auf deutsche bzw. westliche Aspekte, wenn es ihm etwas nutzt, wie z. B. bei der Markenbildung“.

Klaus-Henning Wulf, Ninkaplast

„Der chinesische Markt ist derzeit insbesondere im Bereich der Handelsstrukturen mit den Bedingungen in Deutschland nicht vergleichbar und von daher für einen Softwareanbieter für den Möbelhandel kaum wirtschaftlich zu erschließen.“

Stefan Hahne, SHD AG

„Im chinesischen Markt erwarten wir weiterhin sehr hohe Wachstumsraten. Deshalb arbeiten wir zurzeit daran, uns zusammen mit unserem chinesischen Partner vertrieblich so aufzustellen, dass wir zukünftig an der enormen Marktentwicklung partizipieren werden.“

Dr. Elmar Stumpf, Nobilia

„Sicher der größte zukünftige Markt. Sehr schnell wachsend, Strukturen fehlen noch, etablieren sich jedoch mit Sicherheit. Die Bevölkerung folgt den Vorgaben.“

Martin Mies, Hailo

„Ein gigantischer Markt, der jedoch sehr spezielle, an die Anforderungen des Marktes angepasste Produkte erfordert.“

Martin Staaks, Naber

„China ist auf der Aufholjagd und freut sich über jeden, der dabei hilft.“

Markus Frönd, ieQ-Systems

ERSTE CHINA KITCHEN TOUR 2017

**GERNE STEHEN WIR IHNEN
BEI RÜCKFRAGEN ODER IHREN
ZUKÜNFTIGEN STRATEGIEN IM REICH
DER MITTE ZUR VERFÜGUNG**

WIR STEHEN MIT RAT UND TAT ZUR VERFÜGUNG

NACH ERFOLGREICHER PREMIERE SIND WEITERE TOUREN GEPLANT

Wir blicken auf eine sehr erfolgreiche erste China Kitchen Tour zurück. Nicht nur interessante, sondern hochinformativ sieben Tage haben die Teilnehmer und wir gemeinsam erlebt und viele neue Erkenntnisse und Erfahrungen zurück mit nach Deutschland gebracht.

China wird sich zum wichtigsten bzw. absatzstärksten Küchenmarkt der Welt entwickeln. Die AMK und GOOS COMMUNICATION werden dabei sein und hoffentlich auch alle Teilnehmer. Gerne stehen wir Ihnen mit Rat und Tat zur Verfügung, unterstützen und entwickeln gemeinsam mit Ihnen einen erfolgreichen Weg zum chinesischen Markt.

Ihre



Florian Goos
GOOS COMMUNICATION



Kirk Mangels
AMK



GOOS COMMUNICATION GmbH & Co. KG
Geibelstraße 46a | 22303 Hamburg | Germany
Fon +4940 284 17 87 - 0 | Fax +4940 284 17 87 - 60
mail@goos-communication.com | www.goos-communication.com



Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK)
Harrlachweg 4 | 68163 Mannheim | Germany
Telefon: +49621 850 61 00 | Telefax: +49 621 850 610 1
E-Mail: info@amk.de | Internet: www.amk.de

Copyright © 2017

Das vorliegende Kommunikationskonzept ist das geistige Eigentum von GOOS COMMUNICATION. Das Konzept sowie daraus abgeleitete Ideen, Strategien, Layouts und Maßnahmen dürfen ohne die ausdrückliche schriftliche Bestätigung des Urhebers nicht verwendet werden. Dies gilt zeitlich unbegrenzt und für jegliche Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Medienarten.