



AMK-Wirtschaftspressekonferenz

13. Mai 2019, 11:00 Uhr
Koelnmesse, Köln

Volker Irle

Geschäftsführer der
Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK),
Mannheim
(es gilt das gesprochene Wort)

Küche 2018: Erfolgstabilität auf Rekordniveau: Auch 2018 mehr als 11 Mrd. Umsatz

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zur 10. AMK-Wirtschaftspressekonferenz, zu der ich Sie als Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) sehr herzlich begrüßen darf. Bereits die Überschrift lässt erahnen, dass wir trotz vieler Herausforderungen für das Jahr 2018 eine sehr große Erfolgstabilität verkünden können und so von einem weitestgehend erfolgreichen Jahr für die deutsche Küchenindustrie berichten dürfen.

Bevor wir zu den konkreten Zahlen von 2018 kommen, lassen Sie mich kurz auf die vielen unterschiedlichen statistischen Daten der Küchenindustrie eingehen und hier für etwas Klarheit hinsichtlich der gemessenen Werte und unterschiedlichen Aussagefähigkeiten sorgen. Dies scheint mir insbesondere bei der Betrachtung des

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
www.amk-ratgeber-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.

vergangenen Jahres wichtig, um auch die von der AMK erhobenen Zahlen einzusortieren.

Neben der AMK gibt es im Kern drei weitere statistische Datenerhebungen, die sich mit der Küchenindustrie als solcher oder mit der Küchenmöbelindustrie im Speziellen befassen.

Während die GfK die Auftragseingänge Küche beim Handel analysiert, misst der Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie e.V. (VdDK) die Auftragseingänge bei der deutschen (Küchenmöbel-) Industrie. Nachdem die Küche dann produziert, ausgeliefert und bezahlt wurde, misst das Statistische Bundesamt die Faktura bei der Industrie. Einige Statistiken beziehen sich nur auf den deutschen Markt, andere beinhalten auch die Exporte. Auch hinsichtlich der berücksichtigten Haushaltsgeräte unterscheiden sich die Statistiken. Im Kern wird eine Küche damit alleine bei den hier angeführten weiteren statistischen Daten dreimal mit unterschiedlichem Fokus gemessen.

Die AMK als Fach- und Dienstleistungsverband der gesamten Küchenbranche untersucht zusammen mit den Partnerverbänden, auf die ich später noch kurz eingehe, und der GfK die Industrieumsätze, um so ein umfassendes Bild der Leistungsbereitschaft der deutschen Küchenindustrie zu liefern.

Das sehr erfolgreiche Bild von über 11 Mrd. Euro Umsatz für 2018 ist das Resultat von drei zentralen Faktoren:

1. Nachfrage nach Küchen „Made in Germany“ auf Rekordniveau
2. Annahme von Innovationen durch die Kunden und der damit einhergehenden Steigerung der durchschnittlichen Investitionsbereitschaft
3. Sehr leistungsstarke Küchenindustrie

Zu 1: Nachfrage nach Küchen „Made in Germany“ auf Rekordniveau

In 2018 konnten in Deutschland noch einmal 5,5 % mehr Wohnungen fertiggestellt werden als im Rekordjahr 2017. Neben den über 330.000 Einheiten sorgen die vielen Modernisierungen zusätzlich für eine hohe Nachfrage. Die steigende Attraktivität von Großstädten, die sich auch in Deutschland in den steigenden Wohnungskosten widerspiegelt, bringt dabei neue Herausforderungen in Punkto Design und Funktionalität mit sich, die insbesondere durch die deutschen Hersteller in Bezug auf das Produktangebot und den Fachhandel mit seiner Planungskompetenz bestens bedient werden. Steigende Urbanisierung besonders z. B. in den asiatischen Ländern treibt ebenfalls Innovationen an und sorgt für eine nachhaltig wachsende Bedeutung des Exports für die deutsche Küchenindustrie. Hierzu später mehr.

Zu 2: Weiterhin steigende Investitionsbereitschaft

Die steigende Anforderung an die Funktionalität, kombiniert mit höchsten Designansprüchen, bringen immer individuellere und raffiniertere Lösungen durch die deutsche Küchenindustrie hervor. Die hohe Orientierung an den wahren Bedürfnissen der Kunden spiegelt sich in den weiter steigenden durchschnittlichen Küchenpreisen wider und liefert so ein weiteres positives Indiz für den dritten Faktor des erfolgreichen Jahres 2018, der großen Leistungsfähigkeit der Küchenindustrie.

Zu 3: Sehr leistungsstarke Küchenindustrie

Hatten wir vor einem Jahr noch mit teils hohen Lieferzeiten einiger Hersteller zu kämpfen, konnten diese durch Mehrarbeit wieder deutlich abgebaut werden. Auch der wettertechnische Rekordsommer 2018 lieferte hier einen eher unfreiwilligen Beitrag. Viele Kunden nutzten die heißen Wochen und Monate eher für Freizeitaktivitäten im Freien als für die Beratungsgespräche beim Küchenkauf. Die Verschiebung der Kaufentscheidungen führte so zu

einem teils sehr herausfordernden Jahr für den Handel, auf den später noch Frau Sedlmaier von der GfK eingehen wird.

Bei der Betrachtung der Leistungsfähigkeit muss auch die zunehmende Bedeutung des Exports angeführt werden. Nicht nur in Deutschland hat die Küche das Auto als Statussymbol abgelöst. Gerade in den asiatischen Ballungsgebieten wurden in den letzten Jahren die Zulassungszahlen von Autos infolge der Verkehrsdichte sehr stark durch staatliche Regelungen eingedämmt. Die Folge war, dass sich die Bürger dort nach neuen Möglichkeiten der Individualisierung und Selbstverwirklichung umsahen und bei der Umgestaltung ihrer Wohnungen fündig wurden. Die Küche als Herzstück vieler Wohnungen hat daher immens an Bedeutung gewonnen. In der Folge steigen das Interesse, das Verständnis und der Bedarf nach individuell geplanten Einbauküchen stetig. „Made in Germany“ steht in der Ferne, wie auch in den für die Industrie heute noch bedeutenderen Ländern der EU nach wie vor für höchste Qualität, Innovation und wertvermittelndes Design.

Die deutschen Hersteller von Küchenmöbeln, Elektro-/Einbaugeräten wie auch Spülen und Küchenzubehör werden im Ausland als die leistungsfähigsten der Welt anerkannt und geschätzt.

Wie erfolgreich sie sind, sehen wir jetzt in den konkreten Zahlen.

Zur AMK-Statistik: Akteure, Absender und Struktur

Zum zehnten Mal informiert die Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK) heute über Eckdaten der deutschen Küchenindustrie.

Die AMK ist der Verband der gesamten Küchenbranche, umfasst also Küchenindustrie und Küchenhandel. Sie wird getragen von exakt 144 namhaften Unternehmen. Die AMK wächst damit weiter von Jahr zu Jahr. Alle diese Unternehmen sind Hersteller von Küchenmöbeln, Einbaugeräten, Spülen und Zubehör, ferner die füh-

renden Handelskooperationen für Küchen sowie Dienstleister der Küchenbranche. Die Wirtschaftsdaten, die wir heute veröffentlichen, beziehen sich ausschließlich auf die Küchenindustrie.

In bewährter Zusammenarbeit mit unseren Partnernverbänden VdDK (Verband der Deutschen Küchenmöbelindustrie, Herford) und dem Hausgeräte-Fachverband im ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V., Frankfurt), haben wir die Wachstumsraten der Küchenindustrie im In- und Ausland berechnet. Für diese bisher sehr zuverlässige und konstruktive Zusammenarbeit darf ich mich an dieser Stelle ausdrücklich bedanken. Gleiches gilt für die Unterstützung, die wir durch die GfK Nürnberg und ihrer anerkannten sehr hohen Methodenkompetenz erfahren. Auch hier herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.

Ebenfalls bedanken darf ich mich bei Herrn Hannott und dem Verband der Deutschen Möbelindustrie (VDM) für die seit Jahren gute Zusammenarbeit.

Bestimmt wurden die nationalen und internationalen Wachstumsraten aufgrund der Einzelmeldungen und Experteninterviews, anhand derer wir die Umsatzgrößen des Vorjahres fortgeschrieben haben.

Küchenindustrie 2018: Erfolgsstabilität auf Rekordniveau

Nachdem 2015 erstmalig die Marke von 11 Mrd. Euro Gesamtumsatz geknackt werden konnte, liefern die Erfolge auf Rekordniveau der letzten drei Jahre den Beweis für die große Erfolgsstabilität in der deutschen Küchenindustrie. Insbesondere angesichts der massiven Unsicherheiten, die aus dem politischen internationalen Umfeld jede industrielle Planung erschweren und damit die erfolgreiche Ausrichtung von Unternehmen massiv behindern, kann der erzielte Erfolg nicht hoch genug bewertet werden. Waren es 2017 noch Unsicherheiten ob möglicher protektionistischer Maßnahmen nach dem Regierungswechsel in Frankreich, bewirkt die heute

zutage getragene Unzufriedenheit in Teilen der Bevölkerung wirtschaftlich messbare Verwerfungen im Konsumverhalten. Umso beachtlicher, dass Frankreich als wichtigster Exportmarkt auch in 2018 weiter an Bedeutung zulegen konnte.

Der in Europa wichtige Exportmarkt Großbritannien oder ferne Märkte wie die USA sorgen weiter für Fragezeichen. Die bis heute unbekanntes Folgen des noch immer schwebenden Brexits oder die Unsicherheiten durch politische induzierte Handelshemmnisse durch die amerikanische Führung, stellte die deutsche Küchenindustrie auch 2018 vor Herausforderungen.

Allen Widrigkeiten zum Trotz setzte die deutsche Küchenindustrie ihren Erfolgskurs weiter fort und sorgt dafür, dass mit über 11 Mrd. Euro die Erfolgsgeschichte weitergeschrieben wird.

Die Zahlen im Einzelnen

Hochgerechnet auf den Gesamtumsatz hat die deutsche Küchenindustrie im Jahr 2018 einen Gesamtumsatz in Höhe von 11,43 Mrd. Euro (Vorjahr: 11,57 Mrd. Euro) erzielt. Damit ist es zum dritten Mal in Folge gelungen, das Rekordniveau von über 11 Mrd. Euro zu erreichen. Die hohe Erfolgsstabilität zeigt dabei, dass Hersteller von Küchenmöbeln, Elektro-/Einbaugeräten, Spülen und Zubehör dank ihrer Innovations- und Leistungsfähigkeit sogar den Wegfall eines signifikanten Volumenherstellers Ende 2017 fast vollständig kompensieren konnten.

Auch für 2019 fallen die Konsumerwartungen in weiten Teilen Europas positiv aus. Abzuwarten bleiben die Auswirkungen der aufgekommene Unsicherheiten in Frankreich oder die Brexit-Entwicklungen. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den wichtigsten Ländern sollten ebenfalls eine positive Entwicklung unterstützen. Hierzu zählen die in ganz Europa sinkenden Arbeitslosenquoten, wie auch die weiterhin sehr günstige Zins- und Geldpolitik der EZB, die infolge der signifikanten Staatsverschuldungen auch 2019 anhalten dürfte.

Inland

Das Inlandsgeschäft der deutschen Küchenindustrie fällt in 2018 mit 6,43 Mrd. Euro etwas geringer aus als 2017. Das Drittstärkste Jahr der Industriegeschichte bleibt mit -1,71 % leicht hinter dem Vorjahr zurück, was angesichts der Veränderungen in der Herstellerstruktur und dem unglaublichen Hitzesommer als deutlicher Erfolg zu bewerten ist.

Optimierung in Form und Funktion

77 % der deutschen Bevölkerung leben heute bereits in Städten. In fast allen Metropolen werden mittels Großbauprojekten dringend benötigte neue Wohnflächen geschaffen. Trotz deutlich verbesserter Logistik oder Anbindung von ländlichen Regionen gewinnen die Städte weiter an Attraktivität. Die hierdurch notwendige Optimierung der Wohnflächen macht auch vor der Inneinrichtung nicht halt. Die Küche als Herzstück jeder Wohnung ist dabei besonders im Blickpunkt, ist sie doch meistens der Ausgangspunkt der weiteren Raumplanung. Sie ist längst aus ihrem ursprünglichen Arbeitszimmer ausgezogen und hat sogar die zwischenzeitlichen Küchenecken gerade bei Neubauten verlassen. Ca. 90 % der Neubauten werden vom Architekten bereits mit offenen Küchen geplant. Der früher zugewiesene Raum einer Küche, sei es in Gestalt geschlossener oder offener „Räume“, ist dabei immer häufiger in den Grundrissen nicht mehr erkennbar. Die Küche ist in die Wohnflächen hineingewandert. Die ohnehin schon hohen Anforderungen an Funktionalität und Design sind dadurch weiter gewachsen. Reichte es früher häufig aus, dass z. B. die Einbaugeräte in einer offenen Küche möglichst leise ihren Dienst verrichteten, sind sie heute längst selbst zu Designobjekten geworden. Die Küchenmöbel als Teil des Wohnmobiliars folgen aktuellen Trends nach dunkleren Grautönen. Die Oberflächen sind komplexer und gleichzeitig durch ihre matte Gestaltung etwas zurückhaltender geworden.

Wie auf der LivingKitchen 2019 in Köln mehrfach zu sehen, ziehen zudem Pocketdoors und weitere Gestaltungskonzepte vermehrt in die Küche ein, die mehr verdeckten Stauraum an bisher offenen Stellen wie Arbeitsflächen oder Regalen schaffen. Hierdurch können trotz der offenen Gestaltung auch kleinere Gerätschaften oder Küchenutensilien griffbereit platziert werden, ohne den Anspruch aufzugeben, dass die Küche nach dem Gebrauch aufgeräumt wirkt und sich harmonisch in die weitere Raumgestaltung integriert.

Je kleiner die Wohnungen und damit der für die Küche verfügbare Platz ausfallen, desto herausfordernder wird es dennoch, die gesamte Funktionalität zu erhalten. Neue Kombigeräte und intelligente Ordnungssysteme sind hier die Geheimnisse einer modernen Einbauküche auch im begrenzten Raum.

Neben den durch die Industrie hier angebotenen zunehmend auch smarten Lösungen, sind es insbesondere die Planungsprofis im Küchenfachhandel, die dank ihrer Erfahrung und den modernen Planungstools, mit dem Kunden zusammen die möglichen Alternativen der Küchenplanung entwickeln. Modernste Visualisierungsmöglichkeiten vereinfachen dem Kunden dann, die für ihn auch designtechnisch beste Variante zu wählen. Die Optimierung bei der Planung und der späteren Visualisierung steigert dabei nicht nur die Entscheidungsfähigkeit, sondern ebenfalls die Entscheidungssicherheit des Kunden. Die hohe Komplexität einer modernen Einbauküche kann so für den Küchenkäufer reduziert und seine Zufriedenheit und Entscheidungssicherheit erhöht werden. Die AMK unterstützt die Kunden und den Handel diesbezüglich durch den neu gestalteten AMK Ratgeber Küche Küchenkauf, der die unterschiedlichen Materialien und Gestaltungsmöglichkeiten strukturiert vorstellt und während des gesamten Küchenkaufs zusätzlich als Inspirations- und Nachschlagewerk dient.

Der AMK Ratgeber Küche Küchenkauf begleitet damit den Einsatz der neuen Möglichkeiten der Visualisierung im Küchenfachhandel

und sorgt dafür, dass dem Kücheninteressenten der Mehrwert von raffinierten Lösungen immer besser vermittelt werden kann. Die wachsende Zahlungsbereitschaft der Kunden für genau diese höherwertigen Küchen spiegelt sich auch in den Zahlen der GfK wider.

Da diese Erfahrung und das Erleben der Produkte nur beim Küchenfachhandel genutzt und in den Planungs- und Entscheidungsprozess einfließen kann, wird der Fachhandel auch in einer stärker digitalisierten Konsumwelt von zentraler Bedeutung beim Küchenkauf bleiben.

Ein besonderes Highlight mit über 2.000 teilnehmenden Küchenfachhändlern ist in diesem Zusammenhang auch immer der „Tag der Küche“ (www.tag-der-kueche.de), der in diesem Jahr am 28. September bereits zum 20. Mal stattfindet. Viele Händler gestalten dieses Event in Kooperation mit weiteren lokalen Partnern und bieten so neuen, wie bestehenden Kunden die Möglichkeit, sich in ungezwungener Atmosphäre mit der ganzen Familie rund um das Thema Küche zu informieren.

Export

Mit 5,00 Mrd. Euro fällt der Export in 2018 gegenüber 2017 um 0,58 % etwas kleiner aus und liegt somit quasi auf Vorjahresniveau. Damit wurde das zweiterfolgreichste Export-Jahr überhaupt erzielt und die wachsende Bedeutung des Exports unterstrichen.

Für die Küchenmöbelindustrie gilt: Frankreich baut mit einem Umsatz von über 514 Mio. Euro seine Rolle als wichtigster Auslandsmarkt weiter aus. Der Zuwachs von 9,3 % gegenüber dem Vorher ist insbesondere ob der bereits bestehenden Größe beachtlich. Mit 288 Mio. Euro Umsatz konnte der Umsatz im zweitwichtigsten Markt, den Niederlanden, um 2,7 % gegenüber 2017 gesteigert werden.

Trotz des schwebenden Brexit-Verfahrens konnte die deutsche Küchenmöbelindustrie im Vereinigten Königreich mit 142 Mio. Euro nahezu den gleichen Umsatz generieren wie in 2018 (-0,2 %). Wichtigster Fernabsatzmarkt außerhalb Europas ist und bleibt China, gefolgt von den USA.

Die AMK unterstützt hier die eigenen Mitglieder durch die chinesische Tochtergesellschaft, die AMK (Beijing) Consulting Limited, nach bester Möglichkeit und ist zusammen mit den dort bereits engagierten Mitgliedern eine Art Wegbereiter für die deutsche Küchenindustrie. Neben Normungsthemen können durch die lokale Präsenz dortige Herausforderungen angegangen und erste Kontakte vermittelt werden.

Ausblick zum Küchenbedarf

Mit einem Bestand von ca. 15 Mio. Küchen in Deutschland die älter als 15 Jahre sind, bietet der Inlandsmarkt noch immer ein sehr großes Potenzial für die Erneuerung bestehender Küchen. Hierbei wird es entscheidend sein, inwieweit diese Kunden zu einem Neukauf mobilisiert werden können. Die steigende Bedeutung von smarten Lösungen im Alltag der Menschen könnte dabei zu einem Auslöser des Küchenkaufs und damit zu einem positiven Faktor werden. So könnte z. B. die Suche nach einem smarten Kühlschrank oder einer altersgerechten Lösung von Stauraumflächen in der Küche den Anteil derjenigen Menschen erhöhen, die sich, getrieben von sehr speziellen Fragen, mit einzelnen Elementen der Küche befassen. Kommen diese Interessenten dann in ein Küchenfachgeschäft, vergleichen sie automatisch eine moderne Einbauküche mit ihrer eigenen 15 Jahre alten Küche. Sie erleben also 15 Jahre Innovation auf einen Schlag und könnten so selbst zum begeisterten Förderer eines Küchenneukaufs werden.

Die zunehmende Anzahl an Ein- und Zwei-Personen-Haushalten und die damit ansteigende Anzahl an Haushalten insgesamt sind ein weiterer Faktor, der die Nachfrage in Deutschland weiter un-

terstützen wird. So lebten 2017 bereits in ca. 2/3 der 41,3 Mio. Haushalte nur ein oder zwei Menschen. Es wird davon ausgegangen, dass die heutige durchschnittliche Haushaltsgröße von 2,0 Personen weiter abnimmt und die Anzahl an Haushalten damit zunimmt.

Die neuen Lebensweisen, kombiniert mit der zunehmenden Urbanisierung, sorgen auch in Deutschland für deutlich steigende Umzugsraten und damit zu mehr Situationen, in denen Räume neu gestaltet werden. Laut einer aktuellen Möbelstudie hätten 23 % der Bevölkerung gerne eine neue Küche, 43 % sind mit ihrer jetzigen Küche sogar unzufrieden. In Summe zeigt sich somit gerade auch für den Heimatmarkt ein hohes Potenzial für weitere Küchenverkäufe.

Im Ausland sind die Aussichten prinzipiell sogar noch besser. So wird in China bis 2050 die Urbanisierungsquote von heute 60 % auf über 75 % ansteigen. Im gleichen Zeitraum wächst dort der Wohlstand auf ein Niveau mit einer höheren Kaufkraft als wir sie 2005 in Deutschland hatten. Neben der durch die weitere Urbanisierung steigenden Konzentration von potenziellen Kunden, treibt sie durch die veränderten Lebensgewohnheiten, zusammen mit dem steigenden Wohlstand, den Bedarf nach modernen Einbauküchen so stark an, dass bereits 2030 in China eine jährliche Nachfrage von ca. 8 Mio. Küchen „westlichen Standards“ zu erwarten ist.

Die hohe Innovationskraft der deutschen und europäischen Küchenindustrie sollte dabei auch mittelfristig eine positive Entwicklung annehmen. Die Orientierung an den regional unterschiedlichen Kundenbedürfnissen wird dabei zum Schlüsselement der zukünftigen Leistungsfähigkeit und unterstreicht den bereits eingeschlagenen Weg der Industrie, der Steigerung der Exportaktivitäten bei gleichzeitiger Weiterentwicklung der Heimatmärkte.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. (AMK)