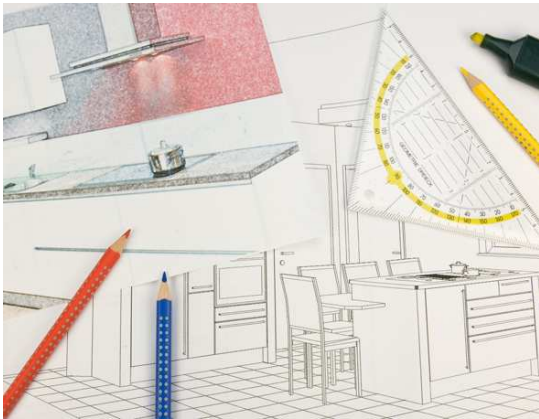


Titze



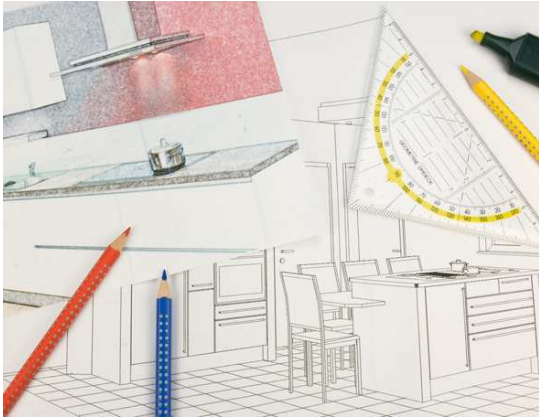
Der Markt für Arbeitsplatten in Deutschland

Unternehmensberatung Titze GmbH.

Auf den Stöcken 16. 41472 Neuss. Germany

Telefon +49 (0)2182 871200. Telefax +49 (0)2182 8712022

info@titze-online.de. www.titze-online.de



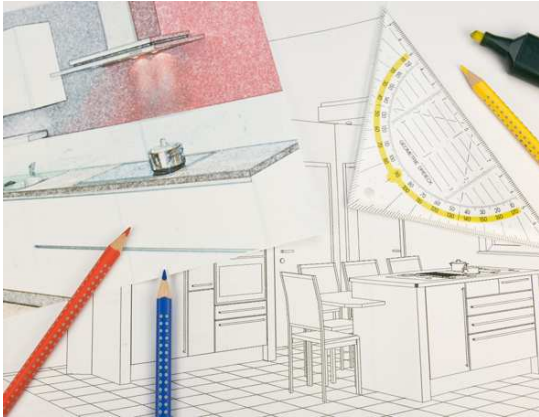
Vorwort

Küchen sind und bleiben die wichtigste Produktgruppe der deutschen Möbelbranche. Allerdings kann heute kein Unternehmen mehr, egal ob aus Handel oder Industrie stammend, ohne eindeutige Positionierung am Markt überleben.

Dabei entwickelt sich kaum ein Einrichtungsbereich so vielversprechend wie die Küche. Die vielbeachtete Messe Living Kitchen im Januar 2011 hat diese Entwicklung positiv unterstützt. Die Küche wächst immer häufiger mit dem Wohnbereich zu einer Einheit zusammen. Optimale Lösungen für dieses emotionale Tätigkeitsfeld zu finden, das ist die Hauptaufgabe der Küchenbranche.

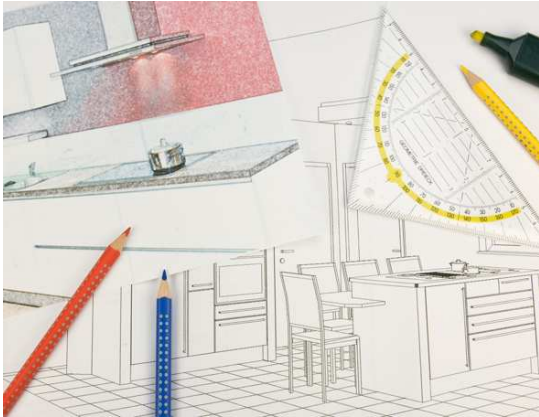
Und die Chancen stehen nicht schlecht, denn die Küchenbranche in Deutschland ist im Aufwind. Hochwertige Zubehörmaterialien sind eine wichtige Triebfeder dieser Entwicklung. Nach Jahren in denen nur der Preis einer Küche im Vordergrund stand, geht es wieder um Funktionalität und Materialien. Innovationen, gerade bei Arbeitsplatten und Spülen, sind auf dem Vormarsch und wecken das Interesse vieler Endverbraucher. Doch ein Küchenkauf fordert weit mehr Emotionalität und Beratungsqualität als bisher im Handel feststellbar.

Die Ihnen heute vorliegende 2. Auflage unserer Marktstudie „Der Markt für Arbeitsplatten in Deutschland“ analysiert im Detail die Marktsituation für Arbeitsplatten und prognostiziert deren Entwicklung bis ins Jahr 2015. Sie dokumentiert gleichfalls die kurz- bis mittelfristigen Produkt- und Materialtrends auf. Lernen auch Sie hieraus, den Markt erfolgreicher zu bearbeiten. Nach Durchsicht der Studie stehen wir Ihnen für ein zweistündiges individuelles Beratungsgespräch in unserem Hause ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung.



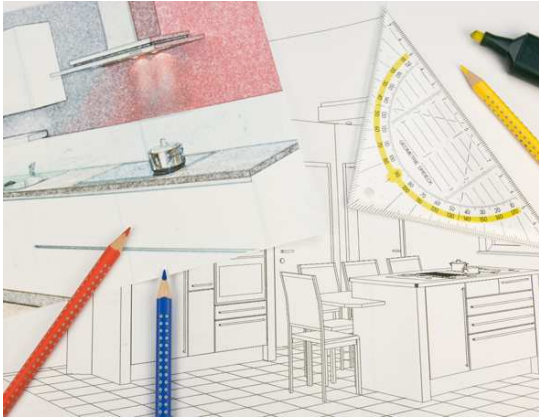
Inhalt

1. Einführung
Hintergrund / Wichtigste Ergebnisse
2. Rahmenbedingungen / Baubestand / Alter der Küchen
Neubauvolumen
3. Küchenstruktur
Größe / Ausstattung / Nutzung
4. Konsumentenverhalten
Wohnwünsche / Anschaffungsplanung /
Ausgabenbereitschaft / Nachfragepotential /
Zielgruppen
5. Marktvolumen
Produktion / Außenhandel / Inlandsmarktvorsorgung
6. Herstellersituation
Anbieterstruktur / Marktbedeutung der TOP 10-
Anbieter von Küchenmöbeln / Marktbedeutung der
TOP 10-Verarbeiter von Arbeitsplatten / Vergleich der
Leistungsfähigkeit der TOP-Verarbeiter von
Arbeitsplatten / Marktbedeutung der
Materiallieferanten von Arbeitsplatten
7. Handelsstruktur
Veränderungsprozess oder wie die neue Handelswelt
den Markt verändert / Einkaufsverbände / Marktanteile
Küchen / Marktanteile Arbeitsplatten
8. Die alte Handelswelt – Stationärer Handel
Küchenfachhandel / Küchenfachmarkt /
Möbelfachhandel / Junges Wohnen / Möbeldiscount /
Sonstige stationäre Vertriebswege
9. Die neue Handelswelt - Distanzhandel
Versandhandel / Ebay / TV-Shopping
10. Der Motor der neuen Handelswelt – E-Commerce
Allgemeine Informationen / Rahmendaten / Käufer /
Angebot Küchenmöbel und Arbeitsplatten / Aktueller
Umsatz und zukünftige Umsatzentwicklung



Inhalt

11. Die Zukunft der neuen Handelswelt
Mobile Commerce / Social Commerce
12. Objektvermarktung
13. Sortiment
Materialeigenschaften und Sortimentsüberblick /
Anbieter nach Materialien / Marktanteile nach
Materialien / Kantenvarianten / Arbeitsplattenmaße /
Preisklassen
14. Informationsquellen
Messen / Zeitschriften
15. Trendentwicklung bis 2020
Endverbraucher / Sortiment / Herstellerstruktur /
Handelsstruktur / Allgemeine Küchentrends /
Allgemeine Arbeitsplattentrends



Datenerhebung

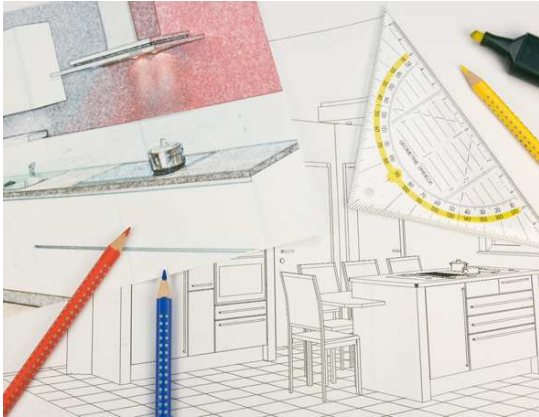
Der Aufbau der Studie basiert auf den Erfahrungen von mehr als 30 veröffentlichten Marktstudien in der Möbel- und Einrichtungsbranche der Unternehmensberatung Titze GmbH in den vergangenen 15 Jahren. Die Datenrecherche basiert auf folgenden Quellen:

Desk Research

- Zusammentragen von statistischen Daten
- Ausführliche Analyse der Fachliteratur, Primär- und Sekundärliteratur sowie Internetrecherche
- Ausführliche Internetrecherche
- Analyse der Webseiten von mehreren hundert Marktteilnehmern aus Handel und Industrie unter besonderer Berücksichtigung der Ausrichtung der Marktteilnehmer auf die neue Handelswelt E-Commerce.
- Analyse der Herstellerverkaufsunterlagen
- Analyse der Streuprospunkte des Handels

Field Research

- 20 persönliche und telefonische Interviews mit Marktteilnehmern aus Fachverbänden von Handel und Industrie, Fachpresse und in der Küchenbranche tätigen Werbeagenturen und Beratern.
- Persönlicher Besuch von jährlich 100 Verkaufsstellen des Einzelhandels in allen marktrelevanten Vertriebswegen. Dabei machen wir uns ein eigenes Bild vom aktuellen Marktgeschehen.
- Detaillierte Analyse der aktuellen Aktivitäten der Teilnehmer der neuen Handelswelt zum Thema Küchenmöbel.
- 50 persönliche und telefonische Interviews mit Geschäftsführern und Einkaufsleitern von ausgewählten Handelszentralen.



Datenerhebung

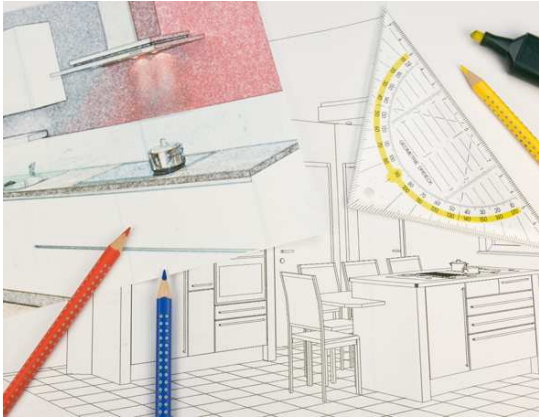
- Durchführung von 20 detaillierten Store-Checks speziell zum Thema Arbeitsplatten bei ausgewählten Marktteilnehmern des stationären Handels.
- Persönlicher Besuch einer Vielzahl von themenrelevanten Fachmessen im In- und Ausland verbunden mit einer kontinuierlichen Marktbeobachtung.

Auswertung

- EDV-gestützte Auswertung aller ermittelten Daten aus Desk Research und Field Research in einem eigens für diesen Zweck modifizierten EDV-Programm.
- Alle inhaltlichen Details der Studie befinden sich im Berichtsteil.
- Der Anhang enthält eine Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken und erstmalig eine Übersicht der neuen Handelswelt für Küchenmöbel.

Projektteam

- Die Projektarbeiten wurden von drei Personen gesteuert. Desk Research, Stichprobenaufbau, Fragebogenerstellung, EDV-Auswertung und die grafische Umsetzung unterlagen Frau Susanne Schlagmann-Titze. | Ihr assistierte Frau Stephanie Zellmann.
- Die Textfassung ist so angelegt, dass in jedem Kapitel die Zuordnung des Themas Arbeitsplatten zum Endprodukt Küche nachvollziehbar bleibt.
- Herr Titze selber verantwortet den redaktionellen Gesamtinhalt und steht Ihnen jederzeit gerne für Rückfragen zur Verfügung.



Tabellenverzeichnis

Kapitel 2: Rahmendaten des Küchenmarktes

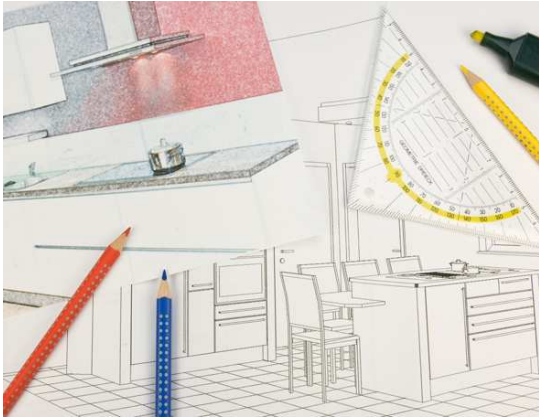
Wohnungsbestand in Deutschland 2002 - 2010 in 1.000 Wohnungen
Altersstruktur der Wohngebäude in Deutschland in 1.000 Wohnungen
Anteil der Bürger in Deutschland mit Wohneigentum 2008 in %
Wohnungseigentum in ausgewählten Ländern Europas in %
Bestandsalter von Einbauküchen in %
Anzahl Baufertigstellungen in Deutschland nach Gebäudearten 2003 - 2010 in 1.000 Gebäuden
Anteil der Ein- und Zwei- bzw. Mehrfamilienhäuser an den Wohnungsfertigstellungen 2003 - 2012
Entwicklung der Baugenehmigungen in Deutschland 2003 - 2010
Fertiggestellte Wohnungen in Europa in Wohngebäuden

Kapitel 3: Küchenstruktur

Größe der Küchen in %
Am liebsten habe ich die Tür zur Küche geschlossen
Beurteilung der Küchengröße in %
Küchenanteil der Gesamtwohnfläche eines Wohnhauses in %
Die wichtigsten Wohnbereiche der Deutschen in %
Was verbinden Sie mit der eigenen Küche?
Vorhandene Einbaugeräte in der Küche
Zufriedenheit mit der Einteilung der Küchenmöbel 2007 in %
Zufriedenheit mit Fronten und Arbeitsplatten 2007 in %
Zufriedenheit mit der Ausleuchtung 2007 in %
Zufriedenheit mit den Aufbewahrungsmöglichkeiten und dem Stauraum 2007 in %
Zufriedenheit mit der Größe der Arbeitsfläche 2007 in %
Welches Küchenkonzept ziehen Sie vor?
Ist ein offener Übergang der Küche zum Wohnbereich gewünscht?
Wieviel Stunden verbringen Sie täglich der Küche?
Kochhäufigkeit der Deutschen
Kochdauer an Wochenenden (Mehr Zeit nehmen zum Kochen als an einem Wochentag)
Zubereitungsmethoden in der Küche

Kapitel 4: Konsumentenverhalten

Wohnwünsche für die Zukunft in %
Wünsche an die Wohnform im Alter in %
Bedeutung der Küche bei der Auswahl eines Hauses oder einer Wohnung in %
Sehr wichtige und wichtige Entscheidungskriterien beim Küchenkauf in %
Anteil der Räume, in denen Endverbraucher aufgrund von aktuellen Trends gerne neu dekorieren oder Dinge austauschen in %
Konsumklimaindex Oktober 2010 bis Oktober 2011



Tabellenverzeichnis

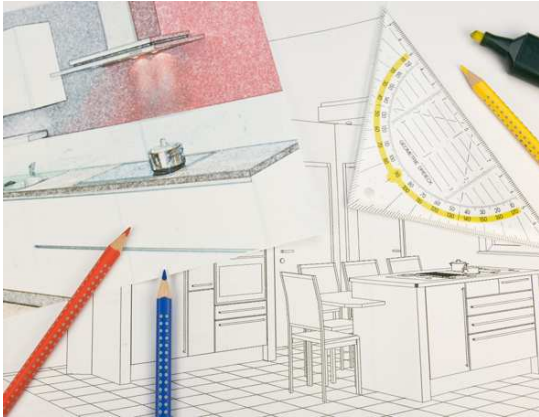
Renovierungspläne von Privatpersonen bis 2010 in %
Worauf legen Sie besonderen Wert bei der Küchenplanung?
Sehr wichtige Kaufkriterien im Küchenmöbelhandel
Informationsquellen der Endverbraucher zu aktuellen Möbeltrends in %
Ausgaben für Renovierung und Einrichtung 2005 - 2010 in Mrd. Euro
Wenn ich Möbel kaufe, achte ich vor allen Dingen auf den Preis
Anteil Kreditverwendung in %
Welche Möbel stehen im Moment auf Ihrer Einkaufsliste ganz oben?
Ausgaben für Möbel- und Einrichtungsgegenstände (Ausgaben je Haushalt und Monat in Euro)
Budget für Möbel in den nächsten 12 Monaten in %
Wieviel Geld würden Sie höchstens für eine neue Einbauküche inklusive Geräte ausgeben?
Bereitschaft zu höheren Ausgaben für Qualität in %
Welche Möbel möchten Sie kaufen?
Kauf einer neuen Einbauküche in den nächsten fünf Jahren
Umsatzbedeutung Junge Leute bis 25 Jahre
Umsatzbedeutung Frauen 25 bis 50 Jahre
Umsatzbedeutung Männer 25 bis 50 Jahre
Umsatzbedeutung Jungsenioren 50 bis 65 Jahre
Die vier Wohntypen in %
Die vier Kochtypen in %

Kapitel 5: Marktvolumen

Produktion Küchenmöbel 2002 - 2010 in Mio. Euro
Produktion Arbeitsplatten 2002 - 2010 in Mio. Euro
Außenhandel Küchenmöbel gesamt 2002 - 2010 in Mio. Euro
Außenhandel Arbeitsplatten 2002 - 2010 in Mio. Euro
Inlandsmarkversorgung Küchenmöbel 2002 - 2010 in Mio. Euro
Inlandsvermarktung Arbeitsplatten 2002 - 2010 in Mio. Euro

Kapitel 6: Herstellersituation

Küchenhersteller mit Anzahl der Beschäftigten
Anbieter von Küchenmöbeln nach Nationalität 2011 in %
Anbieter von Arbeitsplatten nach Nationalität 2011 in %
Marktanteil der TOP 10 Anbieter von Küchenmöbeln 2010
Verarbeiter von Arbeitsplatten in Deutschland nach Leistungsfähigkeit in %
Innovationsfähigkeit der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten
Leistungsfähigkeit der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten
Preisgestaltung der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten



Tabellenverzeichnis

Produktvielfalt der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten

Qualität der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten

Reklamationsbearbeitung der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten

Service der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten

Zuverlässigkeit der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten

Marktanteile der wichtigsten Materiallieferanten von Arbeitsplatten in Deutschland 2011 in %

Kapitel 7: Handelsstruktur

Die alte Handelswelt - Stationärer Handel

Die neue Handelswelt – Distanzhandel

Küchenmöbeleinkaufsverbände nach Außenumsatz 2010 in Mio. Euro

Möbeleinkaufsverbände nach Außenumsatz 2010 in Mio. Euro

AMK-Küchenumsätze nach Vertriebswegen 1990 - 2009 in %

Inlandsmarktversorgung Küchenmöbel 2011 nach Vertriebsformen in %

Küchenmöbelhandel unterteilt nach Vertriebswegen in %

Sortimentsstruktur der wichtigsten Anbieter von Küchenmöbeln

Küchenmöbel 2011 nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau in Mio. Euro

Bezug von Arbeitsplatten im Küchenhandel nach Lieferantengruppen 2011 in %

Kapitel 8: Die alte Handelswelt – Stationärer Handel

Die TOP 10 der deutschen Küchenhändler nach Handelsumsatz mit Küchen in Mio. Euro 2011

Küchenstudios nach Verkaufsfläche in %

Küchenfachmärkte nach Verkaufsfläche in %

Gesamtverkaufsfläche der TOP 100 Möbelhäuser in qm

Kapitel 9: Die neue Handelswelt - Distanzhandel

Umsätze im Versandhandel 1970 - 2011 in Mrd. Euro

Entwicklung der Distanzhandelsumsätze 2007 – 2010 in Mrd. Euro

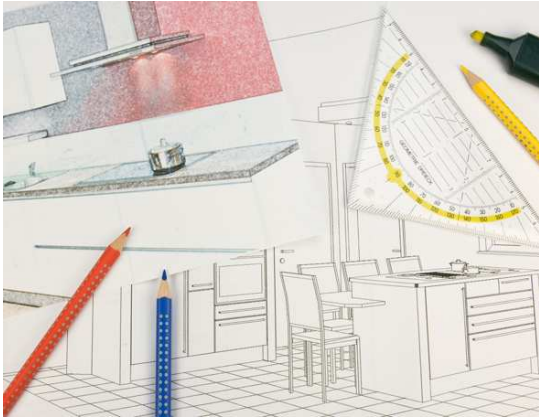
Anteil E-Commerce am gesamten Versandhandel 2007 – 2010 in %

Anzahl bei Ebay gekaufter Artikel in den letzten 6 Monaten in % der Bevölkerung

Anzahl bei Ebay verkaufter Artikel in den letzten 6 Monaten in % der Bevölkerung

Anzahl der angebotenen Möbel in der Ebay-Gruppe Möbel & Wohnen

Produktanalyse Ebay - Anzahl der Angebote in der Rubrik Küchen



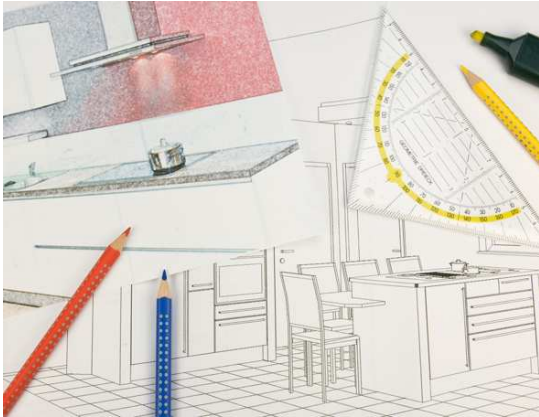
Tabellenverzeichnis

Kapitel 10: Der Motor der neuen Handelswelt E-Commerce

Internetnutzung in Deutschland nach Altersgruppen in %
Verkaufte Küchen nach Preisklassen im Möbelhandel in %
Internetnutzung nach Geschlecht und Alter 2011 in %
Anzahl der Internetnutzer weltweit 1995 - 2011 in Millionen
Anzahl der Internetnutzer nach Regionen weltweit 2011 in Millionen
Anzahl der Internetnutzer nach Regionen weltweit 2011 in %
Nutzung verschiedener Medien zu Informationszwecken 2009 in %
Entwicklung der durchschnittlichen Verweildauer im Internet in Minuten pro Tag 2008 – 2011
Onlinekäufer in Deutschland in Millionen
Entwicklung Onlinekäufe in Deutschland in %
Bereitschaft Produkte online zu kaufen in %
Möbelkauf online innerhalb der nächsten 12 Monate in %
Möbelkäufer im Netz
Bestellwege im Distanzhandel in %
Reihenfolge der Geschäftsgründung in %
Onlinehändler, die ausschließlich Küchensortimente führen
Onlinehändler, die unter anderem auch Küchensortimente führen
Onlinehändler, die Küchenprodukte führen – Anzahl der angebotenen Küchenmöbel in %
E-Commerce-Umsätze in Deutschland 2001 – 2010 in Mio. Euro
Anteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel in %*
Anteil des Onlinehandels am Non-Food-Bereich des Einzelhandels in %
Onlineanteil im Non-Food-multi-channel-Handel in %
Anteil Onlineshops nach Produktsegmenten in %
Anteil Onlineumsätze nach Sortimentsgruppen in %
TOP 10 Onlinehändler 2010 nach Umsatz in Mio. Euro
Top 10 Onlinehändler nach 1.000 Besuchern 01/2011
Onlineumsatz nach Warengruppen 2009 und 2010 in Mio. Euro
E-Commerce-Umsatz mit Möbeln in Deutschland 2006 - 2014

Kapitel 11: Die Zukunft der neuen Handelswelt

Neu verkaufte Smartphones in Deutschland 2008 - 2011 in Mio. Euro
Entwicklung der Nutzerzahlen des Mobilens Internets in Deutschland von 2005 – 2009 mit Prognose 2012 in %
Nutzungshäufigkeit des mobilen Internet mit Smartphones in %
Absatz von Tablet-PCs in Deutschland 2010 – 2012 in Mio. Stück+
Marktanteil von Tablet-PCs in Deutschland nach Stückzahlen 2011 in %
Nutzungsdauer des mobilen Internets in %
Nutzung der Einkaufsmöglichkeiten in %



Tabellenverzeichnis

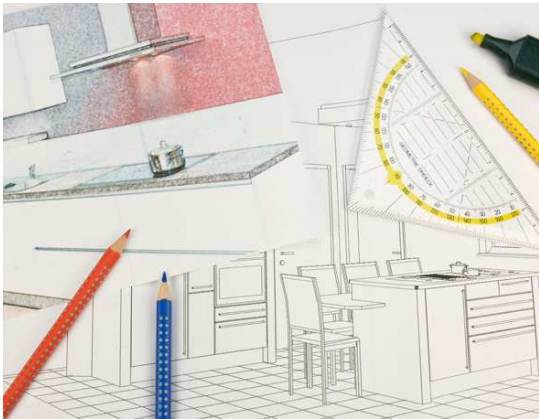
Alter der Fans eines Firmenprofils in Sozialen Netzwerken oder Follower eines Unternehmens auf Twitter
Haushaltsnettoeinkommen der Fans eines Firmenprofils in Sozialen Netzwerken oder Follower eines Unternehmens auf Twitter in %
Bildung der Fans eines Firmenprofils in Sozialen Netzwerken oder Follower eines Unternehmens auf Twitter
Alter der deutschen Facebookfans in %
Wie sollten Unternehmen ihre Marke pflegen?

Kapitel 13: Sortiment

Stellenwert des Zubehörs bei Küchenmöbeln – Sehr beliebt sind...
Verarbeiter von Arbeitsplatten aus Naturstein oder Mineralwerkstoff in %
Hersteller von Arbeitsplatten nach angebotenen Materialien in %
Unternehmen, die sich mit Arbeitsplatten beschäftigen nach angebotenen Materialien in %
Wichtigkeit der regionalen Nähe des Lieferanten von Arbeitsplatten nach Schulnoten
Marktanteile Arbeitsplatten Deutschland 2010
Marktanteile Arbeitsplatten (Wert) nach Materialien Deutschland 2007 in %
Marktanteile Arbeitsplatten (Wert) nach Materialien Deutschland 2010 in %
Prognose Marktanteile Arbeitsplatten (Wert) nach Materialien Deutschland 2015 in %
Umsatzanteile (Menge) der verschiedenen Kantenvarianten in %
Tiefe der verkauften Arbeitsplatten in Deutschland 2011 in %
Dicke der verkauften Arbeitsplatten in Deutschland 2011 in %
Durchschnittswerte verkaufter Küchen in Deutschland 2005-2010 in Euro
Gegenüberstellung Arbeitsplattenpreise von Ikea 2008 und 2011 in Euro
Verkaufspreise von Arbeitsplatten ausgewählter Materialien 2011
Umsatzanteil (Wert) Arbeitsplatten nach Preisklassen 2007 in %
Umsatzanteil (Wert) Arbeitsplatten nach Preisklassen 2010 in %
Prognose Umsatzanteil (Wert) Arbeitsplatten nach Preisklassen 2015 in %

Kapitel 14: Informationsquellen

Vergleich Anteil Informationsquellen und ihre Wichtigkeit
Für Arbeitsplatten relevante Messen in %
Für Arbeitsplatten relevante Zeitschriften und sonstige Medien in %



Bestellung

Bestellung per Telefax +49 (0)2182 8712022
Bestellung per Email info@titze-online.de

Unternehmensberatung Titze GmbH
Auf den Stöcken 16
41472 Neuss
Germany

Wir bestellen hiermit verbindlich folgende Marktstudie(n)

- o **Küchenmöbel in Deutschland** (erschiene am 15.10.2011)
- o **Arbeitsplatten in Deutschland** (erschiene am 15.11.2011)
- o **Küchenspülen in Deutschland** (erscheint am 01.12.2011)

zum Preis von € 2.000,-- für die erste Studie und
€ 1.000,-- für jede weitere der obigen Studien.

- o **Die komplette Küchentrilogie** zum Preis von € 4.000,--

Firma _____
Straße _____
Land / PLZ / Ort _____
Ansprechpartner _____
Telefon _____
V.A.T.-Nr. _____
Bestelldatum _____
Unterschrift _____

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer, Porto und Verpackung. Bei Bestellungen aus dem Ausland bitte die Umsatzsteueridentnummer angeben! Im Preis ist ein zweistündiges Strategieggespräch mit Herrn Winfried Titze in Neuss enthalten.