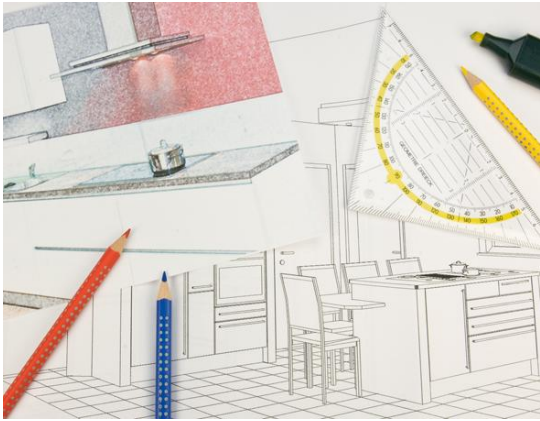


# Titze



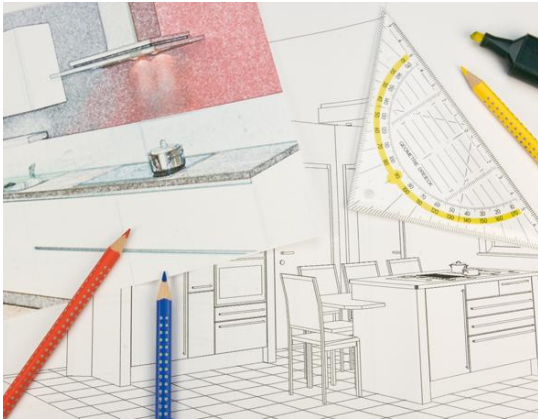
## Der Markt für Küchenspülen in Deutschland

**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



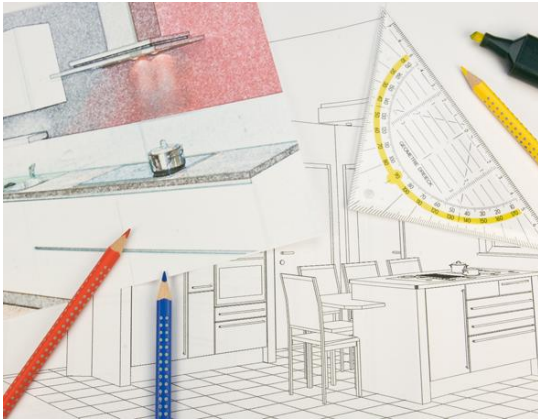
## Vorwort

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.

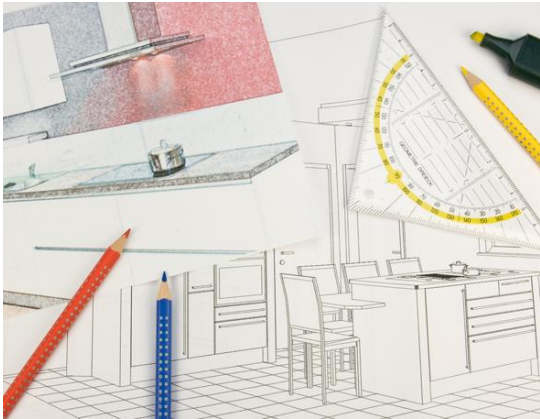
Und die Chancen stehen nicht schlecht, denn die Küchenbranche in Deutschland ist im Aufwind. Hochwertige Zubehörmaterialien sind eine wichtige Triebfeder dieser Entwicklung. Nach Jahren in denen nur der Preis einer Küche im Vordergrund stand, geht es wieder um Funktionalität und Materialien. Innovationen, 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 Küchenspülen in Deutschland“ analysiert im Detail die Marktsituation für Küchenspülen und prognostiziert deren Entwicklung bis 2015. Sie zeigt gleichfalls die kurzen bis mittelfristigen Trends 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.



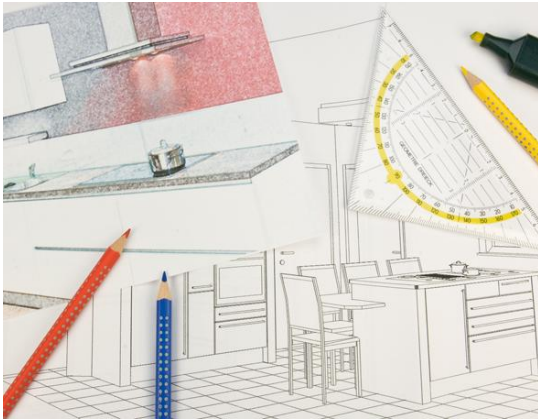
## Inhalt

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 / Marktanteile  
Küchenspülen/ Vergleich zur Leistungsfähigkeit der  
TOP-Anbieter
7. Handelsstruktur  
Veränderungsprozess oder wie die neue Handelswelt  
den Markt verändert / Einkaufsverbände / Großhandel  
für Küchenzubehör / Marktanteile Küchenmöbel /  
Marktanteile Küchenspülen
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 Küchenspülen/ Aktueller  
Umsatz und zukünftige Umsatzentwicklung



## Inhalt

11. Die Zukunft der neuen Handelswelt  
Mobile Commerce / Social Commerce
12. Objektgeschäft mit Küchenspülen
13. Sortiment und Materialien  
Materialeigenschaften und Sortimentsüberblick /  
Anbieter nach Materialien / Marktanteile nach  
Materialien / Typen / Maße / Farben/ Preisklassen
14. Informationsquellen  
Messen / Zeitschriften
15. Trendentwicklung bis 2020  
Endverbraucher / Sortiment / Herstellerstruktur /  
Handelsstruktur / Allgemeine Küchentrends /  
Allgemeine Küchenspülentrends



## Datenerhebung

Der Aufbau der hier vorliegenden 2. Auflage unserer Studie zum Markt für Küchenspülen in Deutschland basiert auf den Erfahrungen von mehr als 50 veröffentlichten Marktstudien in der Möbel- und Einrichtungsbranche der Unternehmensberatung Titze GmbH aus den letzten 20 Jahren. Die letzte vergleichbare Studie zum Thema Küchenspülen stammt aus dem Frühjahr 2008. Seitdem hat sich in der Küchenwelt nicht nur in Deutschland viel verändert. Die Studie beschreibt die heutige Marktsituation und betrachtet die zukünftige Entwicklung mit einem deutlichen Schwerpunkt auf den Veränderungen durch die alte und neue Handelswelt.

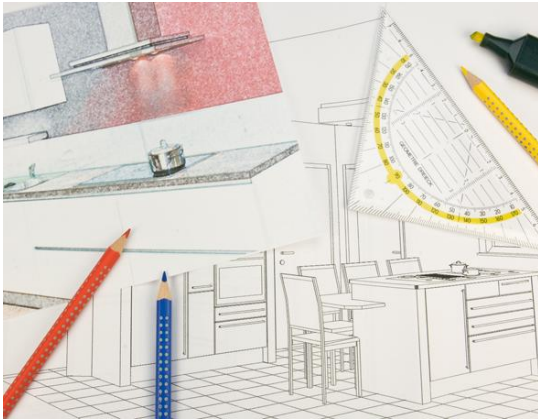
Die Erstellung der Studie gliedert sich unverändert in folgende Teile:

### Desk Research

- Zusammentragen von statistischen Daten
- Ausführliche Analyse der Fachliteratur, Primär- und Sekundärliteratur
- 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.

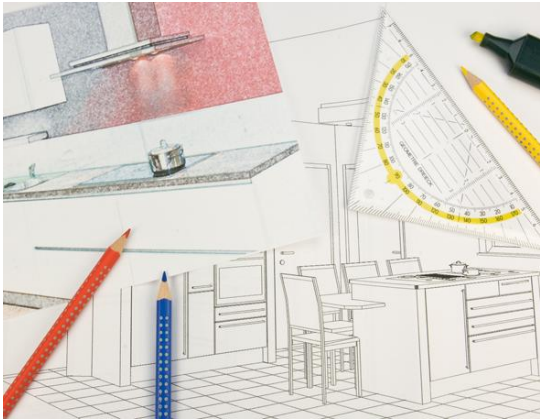


## Datenerhebung

- 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. Die befragten Unternehmen repräsentieren die Meinung von deutlich mehr als 1.000 Handelsfilialen.
- 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

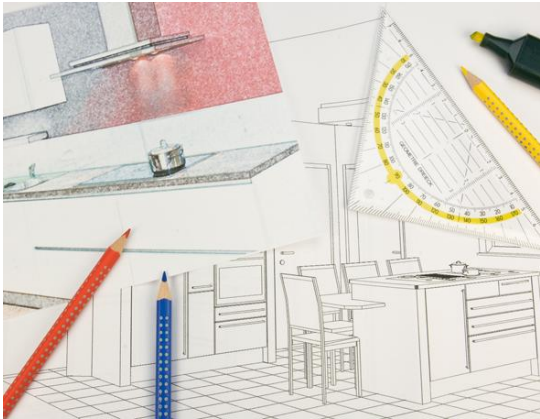
- EDV-gestützte Auswertung aller ermittelten Daten aus Desk Research und Field Research in einem eigens für diesen Zweck modifizierten EDV-Programm.
- Alle inhaltlichen Details der Studie befinden sich im Berichtsteil.
- Der Anhang enthält eine Übersicht der erstellten Tabellen und Grafiken und erstmalig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



## Datenerhebung

### Projektteam

- Die Projektarbeiten wurden von drei Personen gesteuert. Desk Research, Stichprobenaufbau, Fragebogengenerierung, 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**

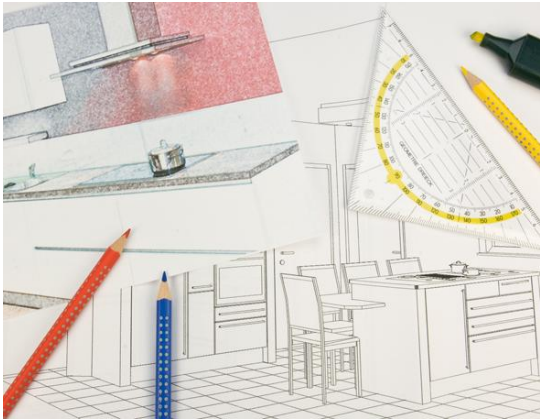
Wohnungsbestand in Deutschland 2002 - 2010 in 1.000 Wohnungen  
Altersstruktur der Wohngebäude in Deutschland in 1.000 Wohnungen  
Anteil der Bürger in Deutschland mit Wohneigentum 2008 in %  
Wohnungseigentum in ausgewählten Ländern Europas in %  
Bestandsalter von Einbauküchen in %  
Anzahl Baufertigstellungen 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

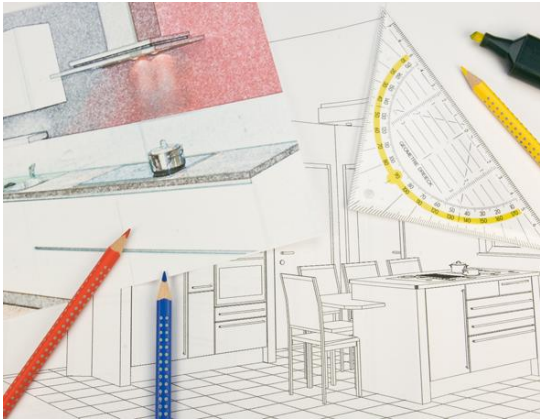
Renovierungspläne von Privatpersonen bis 2010 in %  
Worauf legen Sie besonderen Wert bei der Küchenplanung?  
Sehr wichtige Kaufkriterien im Küchenmöbelhandel  
Informationsquellen der Endverbraucher zu aktuellen Möbeltrends in %  
Ausgaben für Renovierung und Einrichtung 2005 - 2010 in Mrd. Euro  
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 Spülen 2002 - 2010 in Mio. Euro  
Außenhandel Küchenmöbel gesamt 2002 - 2010 in Mio. Euro  
Außenhandel Spülen 2002 - 2010 in Mio. Euro  
Inlandsmarktvorsorgung Küchenmöbel 2002 - 2010 in Mio. Euro  
Inlandsvermarktung Spülen 2002 - 2010 in Mio. Euro

### **Kapitel 6: Herstellersituation**

Küchenhersteller mit Anzahl der Beschäftigten  
Anbieter von Küchenmöbeln nach Nationalität 2011 in %  
Anbieter von Küchenspülen nach Nationalität 2011 in %  
Marktanteil der TOP 10 Anbieter von Küchenmöbeln 2010  
Marktpräsenz der TOP 6 Hersteller von Spülen im Handel in Deutschland in %  
Marktanteile der wichtigsten Hersteller von Spülen in Deutschland in % (Wert)  
Marktanteile der wichtigsten Hersteller von Spülen in Deutschland in % (Menge)  
Innovationsfähigkeit der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten  
Leistungsfähigkeit der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten



## Tabellenverzeichnis

Produktvielfalt der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten  
Qualität der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten  
Qualität der TOP 10 Verarbeiter von Küchenarbeitsplatten in Deutschland nach Schulnoten  
Reklamationsbearbeitung der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten  
Service der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten  
Zuverlässigkeit der TOP 6 Hersteller von Küchenspülen in Deutschland nach Schulnoten

### **Kapitel 7: Handelsstruktur**

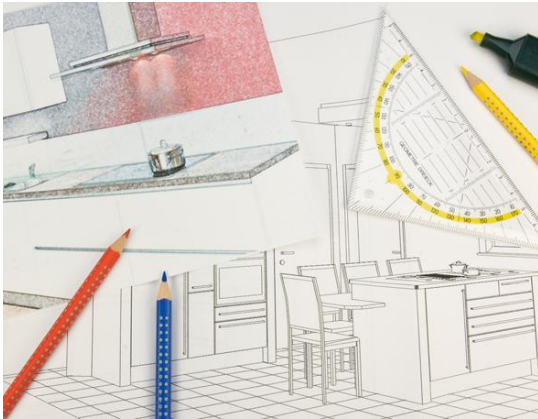
Die alte Handelswelt - Stationärer Handel  
Die neue Handelswelt – Distanzhandel  
Küchenmöbeleinkaufsverbände nach Außenumsatz 2010 in Mio. Euro  
Möbeleinkaufsverbände nach Außenumsatz 2010 in Mio. Euro  
TOP Küchengroßhändler von Spülen nach Sortiment  
Inlandsmarktversorgung Küchenmöbel 2011 nach Vertriebsformen in %  
Küchenmöbelhandel unterteilt nach Vertriebswegen in %  
Sortimentsstruktur der wichtigsten Anbieter von Küchenmöbeln  
Küchenmöbel 2011 nach Vertriebsform und Vermarktungsniveau in Mio. Euro  
Marktanteile Spülen nach Vertriebsform (Wert) 2011 in %  
Marktanteile Spülen nach Abnehmerstrukturen 2011 in %  
Spülen nach Vermarktungsniveau 2011 in %  
Küchenspülen 2011 nach Vertriebsform und Vermarktungsform in Mio. Euro

### **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



## Tabellenverzeichnis

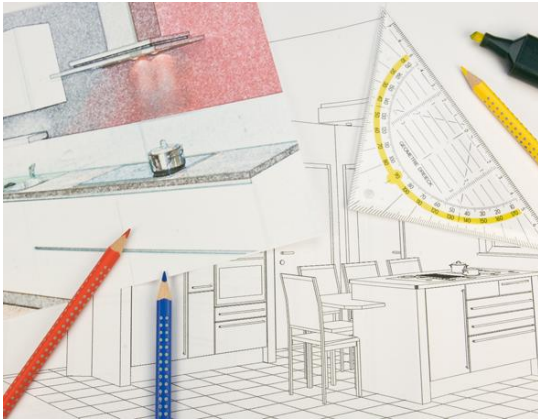
Anzahl der angebotenen Möbel in der Ebay-Gruppe Möbel & Wohnen  
Produktanalyse Ebay - Anzahl der Angebote in der Rubrik Küchen  
Produktanalyse Ebay - Anzahl der Angebote in der Rubrik Küchenspülen

### **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+



## Tabellenverzeichnis

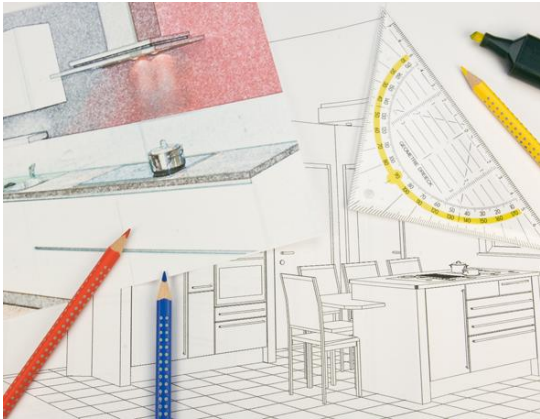
Marktanteil von Tablet-PCs in Deutschland nach Stückzahlen 2011 in %  
Nutzungsdauer des mobilen Internets in %  
Nutzung der Einkaufsmöglichkeiten in %  
Alter der Fans eines Firmenprofils in Sozialen Netzwerken oder Follower eines Unternehmens auf Twitter  
Haushaltsnettoeinkommen der Fans eines Firmenprofils 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 %  
Bei welchen Social Networks sind Sie registriert?  
Wie sollten Unternehmen ihre Marke pflegen?

### Kapitel 13: Sortiment

Stellenwert Anzahl Hersteller von Spülen nach angebotenen Materialien  
Bezug von Spüle und Armatur bei dem gleichen Lieferanten in %  
Marktanteile Spülen in Deutschland 2011  
Marktanteile Spülen (Wert) nach Materialien Deutschland 2011 in %  
Marktanteile Spülen (Stück) nach Materialien Deutschland 2011 in %  
Prognose Marktanteile Spülen (Wert) nach Materialien Deutschland 2015 in %  
TOP 20 Hersteller von Spülen nach Spülentypen  
Anteil der Spülentypen in Deutschland 2011 in %  
Prognose Anteil der Spülentypen in Deutschland 2015 in %  
Verkaufte Spülenformen in %  
Breitenmaße des Spülenangebotes in Deutschland 2011 in %  
Tiefenmaße des Spülenangebotes in Deutschland 2011 in %  
Farbgestaltung der Spülen aus Compositmaterialien  
Farbvielfalt der Spülen aus Compositmaterialien  
Durchschnittswerte verkaufter Küchen in Deutschland 2005-2010 in Euro  
Anteil (Wert) Spülen nach Preisklassen (Euro) 2011 in %  
Prognose Anteil (Wert) Spülen nach Preisklassen (Euro) 2015 in %  
Prognose Umsatzanteil (Wert) Arbeitsplatten nach Preisklassen 2015 in %

### Kapitel 14: Informationsquellen

Vergleich Anteil Informationsquellen und ihre Wichtigkeit  
Für Küchenspülen relevante Messen in %  
Für Küchenspülen 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** (erschiene 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.