


[Startseite](#)

 Sie sind hier: [Storyarchiv](#) > [Juli 2009](#) > [Studie: Der Markt für Küchenmöbel bis 2015](#)
[Go](#)
[Storyarchiv](#)
[> Juli 2009](#)

- > Printausgabe BrancheINTERN
- > Sonnhaus plant Schauraum in Wien
- > Wörterbuch für Hausgeräte
- > Einrichtungsfachhandel warnt vor Bazarkäufen
- > Top Job für Top Profi
- > sembella: Wechsel in der Geschäftsführung
- > Neuer Manager bei Holzcluster Salzburg
- > Willkommen auf der Heimtextil 2010
- > Passivhaus: Wissen wie 's geht
- > Strahlerserie ArcTone für Verkaufsraumbeleucht
- > Rahmenprogramm spoga 2009
- > Stabwechsel bei Blanco
- > Gätz-Thurnher im Fachverband
- > Blum spendet 30.000,- Eu
- > archdiploma2009
- > 1. Symposium BÜRO-RAUM-AKUSTIK
- > Thomas Riepl bei Braal
- > Franz Hauser folgt Rudolf Svoboda
- > Luigi Colani: "Ihr seid nicht mehr hungrig"
- > Neue Wiener Werkstätte launcht NWW.net
- > Gold für Backhausen Weltneuheit
- > Studie: Der Markt für Küchenmöbel bis 2015

[> Juni 2009](#)
[> Mai 2009](#)
[> April 2009](#)
[> März 2009](#)
[Aktuelle Ausgaben](#)
[Top Produkte](#)
[möbel austria 09](#)
[Verbände](#)
[Export Products](#)
[Videos](#)
[Termine](#)
[Newsletter-Abo](#)
[Mediadaten](#)
[Impressum](#)

Studie: Der Markt für Küchenmöbel bis 2015

Die Unternehmensberatung Titze GmbH hat soeben ihre neue Marktstudie zum Thema „Der Markt für Küchenmöbel bis 2015“ in der vierten, völlig überarbeiteten Ausgabe herausgegeben.

Die Studie wurde für Deutschland erstellt, grundsätzliche Aussagen treffen durchaus aber auch auf den österreichischen Markt zu. Niemals zuvor veränderte sich die Handelslandschaft so schnell und gravierend wie in den letzten fünf Jahren. Die Schnellebigkeit fordert ein generelles Umdenken aller Marktteilnehmer. Übernahmen und Insolvenzen verringern die Anzahl der Marktteilnehmer kontinuierlich. Kein Unternehmen, egal ob Händler oder Hersteller, kann heute in der Küchenbranche ohne klare Positionierung überleben. Die vorliegende Studie analysiert das Sortiment der Produktgruppe Küchenmöbel, ordnet die Marktbedeutung der Hersteller ein, definiert Handelsstrukturen, untersucht verwendete Materialien, ortet Trends, dokumentiert Marktchancen und fokussiert die zukünftige Entwicklung des sich in erheblichen Veränderungsprozessen befindlichen Küchenmöbelmarktes bis 2015.

So ist die Küchenmöbeldistribution derzeit erheblich in Bewegung. Der Möbelhandel fällt gegenüber 2006 um immerhin mehr als fünf Prozentpunkte erstmals auf unter 50% Marktanteil zurück. Dabei verlieren alle Vertriebswege mit Ausnahme des Möbeldiscounts. Trotzdem bleibt der Möbelhandel mit einem Anteil von 47,7% an der Inlandsmarktversorgung mit Küchenmöbeln die wichtigste Vertriebsform. Der Küchenhandel profitiert nur in geringem Umfang und legt 1,3% Marktanteil zu. Der Gewinn ist ausschließlich den Fachmärkten zu verdanken, die inzwischen bei 13,5% Marktanteil stehen, während der Küchenfachhandel auf 28% zurückgefallen ist.

Was bringt die Zukunft?

In den nächsten Jahren wird eine weitere Polarisierung des Marktes zu verzeichnen sein. Einerseits werden qualitativ und preislich hochwertige Marktsegmente überproportional zulegen. Andererseits wächst die Zahl derjenigen Händler, die nur den Preis als Verkaufsargument in den Vordergrund stellen, sprunghaft an. Letztlich werden sich die Unternehmen durchsetzen, die sich über Leistung, Qualität des Sortiments, Service und Personal auf die veränderten Bedingungen eingestellt haben. Hier stellt sich schließlich die Frage, wer die Ausstellungen dann betreiben wird. Wer glaubt, die Küchenbranche wäre nicht tauglich für Onlineshops, der irrt gewaltig. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe Onlineshops, die sich mit dem Thema Küchen beschäftigen. Sei es als spezialisierter Shop für beispielsweise Armaturen oder Spülen oder als Anbieter kompletter Einbauküchen. Zudem gaben in einer Endverbraucherbefragung aus dem Frühjahr 2008 12,5% der Befragten an, dass sie in Zukunft Küchenmöbel auch online kaufen würden. Im Rahmen dieser Studie wurden sowohl persönliche als auch telefonische Befragungen bei Händlern und Herstellern, Brancheninsidern sowie erstmals auch bei Anbietern aus dem Bereich E-Commerce durchgeführt.

Die Studie umfasst 240 Seiten mit 120 Tabellen und Grafiken und ist zum Preis von Euro 2.000,- erhältlich bei:
 Unternehmensberatung Titze GmbH
www.titze-online.de

© BrancheINTERN 2007 :: Sitemap :: Druckversion :: Impressum :: Weiterempfehlen

Suche