**Guter Lauf für deutsche Küchen im 1. Halbjahr 2018**

**Wachstumszahlen weiterhin von Auslandsumsätzen dominiert**

**Die Küchenmöbelindustrie hat im ersten Halbjahr 2018 ihren Umsatz überproportional steigern können, nämlich um 4,01 %. Der Umsatzzuwachs bezog sich sowohl auf das Inlandsgeschäft mit einem Umsatzplus von 1,96 % als auch insbesondere auf das Auslandsgeschäft mit einem Umsatzzuwachs von 7,16 %. „Die vorübergehende Umsatzschwäche im Jahr 2017 mit einem Gesamtrückgang von -3,75 % konnte damit umgekehrt werden.“**

So beschreibt Dr. Lucas Heumann, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK e.V., Herford), die wirtschaftliche Lage seiner Branche anlässlich der traditionellen Jahreswirtschaftspressekonferenz am Rande der Messeveranstaltung „Küchenmeile A 30“ in den Räumlichkeiten der „Area 30“.

**Schnelle Rückkehr auf gewohnten Wachstumspfad**

Der Verband verweist darauf, dass die Ausgangslage zu Beginn 2018 eigentlich ungünstig gewesen sei. Das zweite Halbjahr 2017 hatte einen deutlichen Umsatzrückgang gezeigt, der die deutsche Küchenmöbelindustrie erstmalig seit 15 Jahren aus der gewohnten Erfolgsspur zu drängen drohte.

Im ersten Halbjahr 2018 ist es nunmehr aber der deutschen Küchenmöbelindustrie gelungen, diese negative Ausgangsposition umzukehren und auf den Wachstumspfad zurückzukehren. So erwirtschaftete die deutsche Küchenmöbelindustrie per 30. Juni einen Umsatzzuwachs von 4,0 %. Damit ist die Küchenmöbelindustrie in der deutschen Möbelindustrie die Sparte mit der höchsten Wachstumsrate.

Wie bereits in den Vorjahren war auch im ersten Halbjahr 2018 das Auslandsgeschäft der wesentliche Umsatzmotor. Hier konnten die Auslandsumsätze um 7,1 % gesteigert werden – die Exportquote der deutschen Küchenmöbelindustrie überschritt erstmalig die 40 %-Marke und beträgt zurzeit 40,63 %.

**Positives Inlandswachstum vom Fachhandel getragen**

Das Inlandsgeschäft konnte ebenfalls, jedoch geringfügiger gesteigert werden. Die Wachstumsrate lag mit 1,9 % deutlich unterhalb des Levels des Auslandsgeschäfts. Dazu Dr. Heumann: „Darüber, wie dieses Wachstum sich auf unterschiedliche Segmente bzw. Vertriebswege verteilt hat, liegen uns leider keine zuverlässigen statistischen Zahlen vor.“ Der Verbandsgeschäftsführer wagt allerdings die Hypothese, dass das Wachstum in Inland fast ausschließlich dem qualifizierten Fachhandel zu verdanken sei.

Dr. Lucas Heumann dazu: „Das Absatzproblem der deutschen Küchenmöbelindustrie im Inland ist eigentlich ein Problem der Großfläche. Diese hat sich nach unseren Feststellungen im ersten Halbjahr 2018 deutlich schlechter entwickelt als der qualifizierte Fachhandel. Wir halten das auch nicht für überraschend. Die Großfläche vermarktet fast ausschließlich über den Preis. Andere Faktoren – wie eine qualifizierte Beratung, ganzheitliche Einrichtungskonzepte, ein hoher Servicegrad und sonstige weiche Faktoren – spielen bei den Vermarktungskonzeptionen der Großfläche leider eine geringere Rolle.“

**Rabattschlachten lösen keine Kaufanreize aus**

Dieses preisfixierte Geschäftsmodell funktioniert nach Auffassung des VdDK nicht mehr. „In Zeiten wirtschaftlichen Wohlstands mit einer sinkenden Arbeitslosigkeit und in einzelnen Regionen sogar mit Vollbeschäftigung, mit steigenden Reallöhnen, einer boomenden Bauindustrie, niedrigen Zinsen und einer hohen Konsumneigung der Verbraucher erwarten diese mehr als durchgestrichene Preise und Rabattschlachten“, so Dr. Heumann.

Und weiter: „Das Problem des Möbelabsatzes ist nicht, dass der Verbraucher zu wenig Geld hätte. Das Problem ist, dass er damit andere Produkte kauft. Folglich kommt es nicht darauf an, sich wechselseitig mit Rabattschlachten zu überholen, sondern durch ganzheitliches Marketing Emotionen zu erzeugen, Begehrlichkeiten zu wecken und die Lust am Einrichten zu steigern! Das hauptsächlich preisorientierte Geschäftsmodell der Großfläche ist dazu offenbar wenig geeignet.“

**Exportzuwächse in nahezu allen Schlüsselmärkten**

Besonders positiv hat sich, wie eingangs dargestellt, das Auslandsgeschäft entwickelt. Betrachtet man die Entwicklung der Auslandsumsätze nach einzelnen Regionen, liegen von den zehn umsatzstärksten Auslandsmärkten der deutschen Küchenmöbelindustrie aktuell sieben im Plus – davon drei sogar zweistellig. Rückläufig waren im ersten Halbjahr 2018 lediglich die Schweiz mit -5,9 %, Großbritannien mit -2,3 % und die USA mit -8,7 %.

Mit dieser Exportentwicklung konnte die deutsche Küchenmöbelindustrie auch ihren Exportüberschuss weiter steigern. Dies umso mehr, da die Importe – die wertmäßig nur ca. 5 % des Exportvolumens ausmachen – weiter zurückgingen, nämlich um -8,73 %. Besonders stark sanken die Importe an Küchen aus Italien (-20,6 %) und Frankreich (-30,6 %).

**Entgegen dem Trend wachsen Importe aus Polen und Ungarn**

Bei den Einfuhren ist allerdings auffällig, dass erstmalig Importe von Küchen aus Polen (+12,7 %) und Ungarn (+9,6 %) zugenommen haben. Dr. Lucas Heumann: „Die polnische und ungarische Möbelindustrie entwickelt zunehmend Kompetenz auch und gerade im Küchenmöbelsektor. Folglich nehmen Küchenimporte aus diesen Regionen zu, wenn auch von niedrigem Niveau. Die wechselseitige Durchdringung der Märkte mit jeweils aus nationaler Sicht eigenen Produkten ist aber das zwingende und logische Ergebnis offener Grenzen innerhalb der EU und der Globalisierung auch der Küchenmöbelindustrie.“

**Online-Vermarktung von Einbauküchen weiter in der Nische**

Unverändert marginal bleibt bei der Küche die Rolle des Online-Handels. Nach Auffassung des VdDK wird sich dies in den nächsten Jahren auch nicht ändern. Dies liegt nach Verbandsmeinung an den Eigenschaften des Produkts „moderne Einbauküche“: So sei grundsätzlich jede Einbauküche eine Einzelanfertigung. In Anbetracht dessen sind die planerischen Anforderungen immens.

Elektronische Instrumente der IT sind dazu noch nicht umfassend in der Lage. Daher werden elektronische Instrumente momentan ausgiebig und mit steigender Tendenz genutzt zur Vorab-Information über Produkte, zur Wahl von Ausstattungsmerkmalen der gewünschten Küche sowie zur Selektion möglicher Hersteller – nicht jedoch als Planungstool des Endverbrauchers.

**Verbandsinterne Statistik widerspiegelt Branchenlage perfekt**

Abschließend verwies der VdDK-Hauptgeschäftsführer darauf, dass sich spätestens ab Oktober 2018 die Wahrnehmung der verbandsinternen Auftragsstatistik wieder normalisiert haben dürfte. Wie bekannt, erfasst diese Auftragsstatistik nur Daten teilnehmender marktaktiver Unternehmen. Eine Verzerrung trat damit ab Oktober 2017 durch die Insolvenz des Alno-Konzerns ein. Von diesem Zeitpunkt bis September 2018 werden daher die Auftragseingänge der Branche ohne Alno mit den Vorjahreswerten inklusive Alno verglichen. Eine statistische Verzerrung war daher geradezu zwingend.

Dr. Heumann: „Ab Oktober 2018 haben wir mit dem verbandsinternen Auftragspanel des VdDK wieder eine zuverlässige und zeitnahe Statistik, um die Entwicklung der Branche zu beobachten. Teilnehmende Unternehmen können darüber hinaus ihre eigene Entwicklung monatlich vergleichen mit derjenigen des Branchendurchschnitts. Da unsere verbandsinterne Statistik über 90 % des branchenweiten Umsatzvolumens erfasst, ist die Auftragsstatistik des VdDK die repräsentativste und zuverlässigste statistische Erhebung über die Entwicklung der Auftragseingänge in der Küchenmöbelindustrie.