

Experten-Slot Marktforschung - Daten, Zahlen

IFH Köln

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von [IFH Köln](#) zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Uwe Krüger](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

IFH Köln

Expertenbeitrag: Küchenmarkt: Onlinehandel wird relevanter

Dienstag, 05.06.2018

Insgesamt wurden 2016 rund 11,3 Milliarden Euro für Küchenmöbel, -einbaugeräte und -zubehör ausgegeben (zu Endverbraucherpreisen, inkl. Umsatzsteuer). 340 Millionen Euro davon, somit rund drei Prozent des Gesamtmarktumsatzes, konnte der Onlinehandel verbuchen. Das zeigt der aktuelle [„Branchenfokus Küchen 2017/18“](#) des IFH Köln und der BBE Handelsberatung. Dieser Wert ist verglichen mit anderen Branchen zwar noch relativ gering, doch eine Befragung zum Informations- und Beschaffungsverhalten der Konsumenten beim Küchenkauf zeigt: Online wird auch in dieser Branche zunehmend wichtiger!

Smart Consumer planen ihre Küche häufig vorab online

2016 haben 13,4 Prozent der Befragten ihre Küche vor dem Küchenkauf bereits online geplant. 20,5 Prozent davon sind Smart Consumer, also Konsumenten, die als besonders smartphoneaffin gelten. Besonders spannend ist auch ein Blick auf den Zusammenhang zwischen Kanalwahl und Nettoeinkommen.

Es zeigt sich: Insbesondere Konsumenten mit einem höheren Nettohaushaltseinkommen (ab 3000 Euro) planen ihre Küche derzeit noch eher im Geschäft.

Käufer von morgen ist on- und offline unterwegs

Es ist davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung künftig fortsetzen und der Onlinekanal auch für komplexe Produkte wie die Einbauküche wichtiger wird. Denn obwohl die Komplexität von Einbauküchen schnell vermuten lässt, dass Konsumenten sich eher im Geschäft informieren und eine fachmännische Beratung sowie eventuell Services wie das Einbauen der Küche in Anspruch nehmen möchten, werden die Käufer von morgen keine Non-Smart-Käufer mehr sein. Denn die Anzahl der Smart Consumer wird künftig steigen. Somit ist damit zu rechnen, dass on- und offline sich weiter vermischen werden – eine Entwicklung, die wir in anderen Konsumgütermärkten bereits beobachten können. Für Händler ist es somit wichtig, dass sie Konsumenten beide Kanäle anbieten. Schließlich kommt es aus Händlersicht darauf an, dass die Konsumenten letztendlich bei ihnen kaufen, unabhängig davon ob vorher on- oder offline recherchiert wurde.

Küchenspezialisten weiterhin Markttreiber

Trotz der zweistelligen Wachstumsraten im Onlinehandel, bleibt der Küchenfachhandel 2016 der Treiber des Marktes. Dessen Umsatz entwickelte sich in den vergangenen Jahren stets überdurchschnittlich: Während der gesamte Küchenmarkt zwischen 2012 und 2016 jährlich im Schnitt um 2,7 Prozent wuchs, konnten die Küchenspezialisten im selben Zeitraum eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von +4,4 Prozent vorweisen. Dies lässt den Marktanteil der Küchenspezialisten 2016 auf 33,5 Prozent ansteigen.

Weitere Infos

Links

- [IFH Köln](#)

Weiterführende Links

- [Studie „Branchenfokus Küchen“](#)
- [IFH Shop](#)

