

PRESSEMITTEILUNG

MARKT „RUND UM DIE KÜCHE“ WIRD WACHSTUM NICHT HALTEN KÖNNEN

Neuer Branchenbericht „Rund um die Küche“ des IFH KÖLN erschienen. Fazit: Die Coronakrise bescherte dem Markt einen unverhofften Wachstumsimpuls, der jedoch 2022 verbraucht sein dürfte. Das Wachstum des Onlinegeschäfts im Markt wird anhalten.

Köln, 10. November 2021 — Der Markt „Rund um die Küche“ kam gut durch die Coronakrise und profitierte sogar von ihr: Im Vergleich zum Vorjahr stieg das Marktvolumen „Rund um die Küche“ 2020 um 7,3 Prozent. Dieser positive Trend wird anhalten, jedoch nicht auf gleichem Niveau, denn Nachholeffekte im Küchenbereich fallen weitestgehend aus. Bis zum Jahresende 2021 ist mit einem Umsatzplus von rund vier Prozent zu rechnen. Zu diesen und weiteren Ergebnissen sowie Prognosen kommt der neue „Branchenbericht Rund um die Küche 2021“ des IFH KÖLN.

„Der Markt ‚Rund um die Küche‘ ist insgesamt sehr gut durch die Coronakrise gekommen. In den unsicheren Zeiten rückten die Ausstattung des eigenen Wohnraums für viele in den Fokus. Kurz- und mittelfristig kämpft der Markt jedoch mit Lieferengpässen und erhöhten Materialkosten. Infolgedessen und weil positive Effekte durch die Coronakrise derzeit nicht zu erwarten sind, ist ab 2022 wieder mit einem flachen Wachstumstrend wie vor der Krise zu rechnen,“ so Christoph Lamsfuß, Senior Consultant am IFH KÖLN, zu den Ergebnissen der Studie.

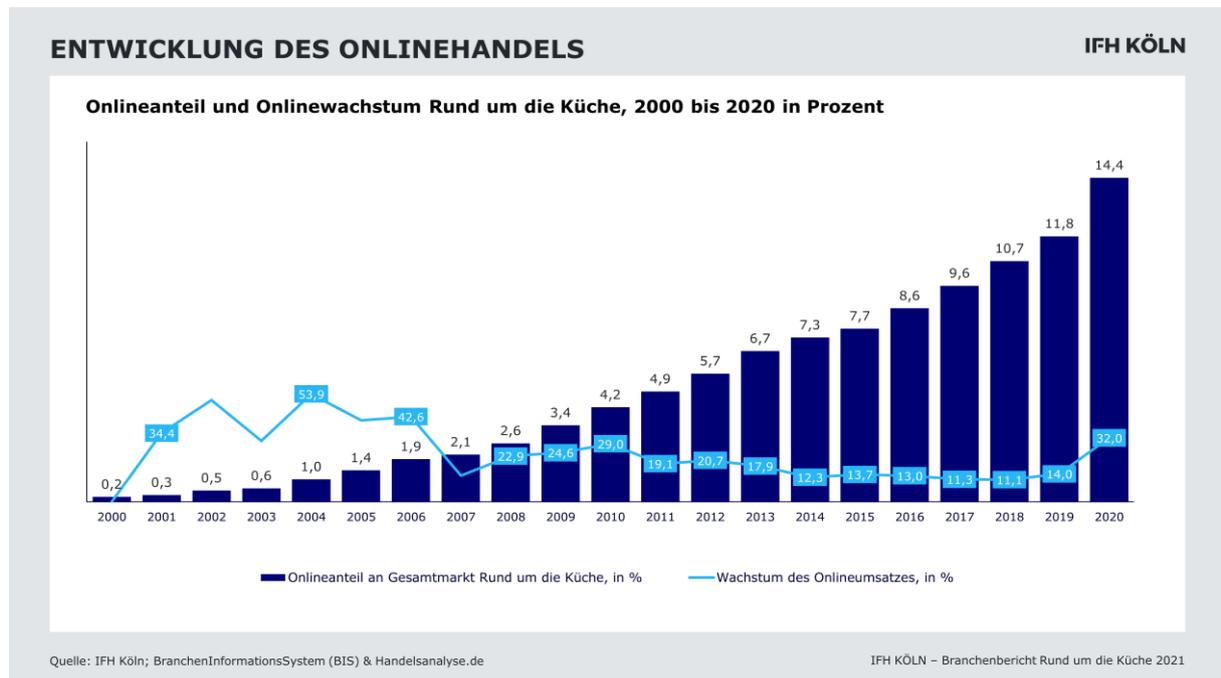
Nachhaltiger Trend zum Onlineshopping

Obwohl es sich beim Markt „Rund um die Küche“ nicht um einen klassischen Onlinemarkt handelt, ist der Onlineanteil in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Insgesamt erfuhr das Onlinegeschäft im Markt durch die Coronakrise einen Extraschub und macht nun 14,4 Prozent der Gesamtdistribution aus. Und der Trend zum Onlineshopping wird sich weiter fortsetzen: Nach Prognosen des IFH KÖLN wird im Markt „Rund um die Küche“ 2025 rund jeder vierte Euro online umgesetzt. Dennoch wird sich die Marktstruktur kaum verändern. Der Fachhandel dürfte seine Vormachtstellung behalten, weil er unter anderem frühzeitig ins Onlinegeschäft eingestiegen ist und dort auf ähnlichem Niveau wie seine Onlinekonkurrenz wächst. 2025 werden (weiterhin) rund zwei Drittel des Umsatzes mit Küchenmöbeln, Elektrokleingeräten und GPK/Hausrat vom Fachhandel umgesetzt werden.

Heterogene Performance der Einzelmärkte

Während Elektrokleingeräte ein hohes kurz- und langfristiges Wachstum vorzuweisen haben, stagniert der Einzelmarkt GPK/Hausrat. Das hohe Wachstum von Elektrokleingeräten resultiert hierbei vor allem aus der erhöhten Nachfrage nach Küchenmaschinen und Kaffee-/Teeautomaten. Hauptgrund hierfür: Viele Konsument:innen arbeiteten im letzten Jahr überwiegend im Homeoffice. 2021 ist ein weiterer Schub für Elektrogeräte wie Kaffeemaschinen oder Toaster durch weiterhin vermehrtes Arbeiten im Homeoffice möglich.

Wörter der Meldung: 396
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.816



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der Branchenbericht „Rund um die Küche 2021“ zeigt die Veränderungen der vergangenen Jahre im Gesamtmarkt auf und hilft, die künftigen Entwicklungen besser einschätzen zu können. Dabei wird ein Blick auf die Entwicklung der drei Einzelmärkte (Küchen, GPK/Hausrat und Elektrokleingeräte) mit den relevanten Warengruppen 2010 bis 2020 in der retrospektiven Entwicklung sowie in der Prognose bis 2025 geworfen.

Die komplette Studie kann im [Onlineshop des IFH KÖLN](#) erworben werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Know-how-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de