Küchenmarkt 2009:

Hält die Branche die Balance?

Die Turbulenzen in der Küchenbranche nehmen zu. Spätestens seit Deutschlands, nach eigenen Angaben, größter Küchenvermarkter, Küchen Quelle, im Sog der Muttergesellschaft in die Pleite gerissen wurde, ist klar, dass die weltweite Krise nicht spurlos am Handel vorübergeht. Dabei sind die Händler in der momentanen Situation von vielfachen Einflussfaktoren abhängig, die sie zumeist selbst nicht beeinflussen können. So wird es für den Einzelhandel immer schwieriger, Kredite zu bekommen, dies ergab eine repräsentative Studie der BBE-Handelsberatung in München. Darüber hinaus haben die Kreditversicherer ihre Leistungen als Folge der schlechten Wirtschaftslage stark eingeschränkt und drängen Handel und Industrie oftmals in die Liquiditätsfalle. Grund genug für die Küchenhandel-Redaktion die aktuelle Lage zu beleuchten.

Die Krise erreicht auch den Küchenmöbelmarkt. Mit dieser sensationsheischenden Pressemeldung beglückte der Verband der deutschen Küchenmöbelindustrie (VdDK) die Branche Mitte Juni. Wie VdDK-Hauptgeschäftsführer Dr. Lucas Heumann mitteilte, sind die Umsätze der deutschen Küchenmöbelindustrie nach Angaben des Statistischen Bundesamtes zum 30. April um 15,5 Prozent zurückgegangen. Die Rückgänge betrafen sowohl den Inlandsmarkt mit insgesamt 17,4 Prozent als auch den Auslandsmarkt mit 11,8 Prozent. Damit erreicht die Absatzkrise nach den Worten von Dr. Heumann „auch die Küchenbranche." Allein im April gingen die Umsätze im Inland um über 20 Prozent zurück. In den ersten vier Monaten lag der Rückgang der Umsätze im Inlandsgeschäft sogar mit -17,4 Prozent höher als im Auslandsgeschäft mit -11,8 Prozent. Dass diese Zahlen sowohl an Industrie als auch an Handel nicht spurlos vorübergehen, zeigen die aktuellen Branchenmeldungen.
SieMatic nennt als Gründe für die notwendige Personalanpassung die weltweite Wirtschaftskrise, die besonders die Hersteller von Premium- und Luxusküchen treffen würde. Die bayerische Edelmarke Bulthaup und der westfälische SieMatic-Wettbewerber Poggenpohl scheinen indes nicht so hart von der Krise betroffen zu sein. Bulthaup-Geschäftsführer Gerald Stenzenberger: „Auch bei uns spüren wir natürlich die Krise. Doch wir können dies mit Kurzarbeit und Abbau von Zeitkonten bislang gut abfedern." Für Bulthaup ist der deutsche Markt stabil, die Probleme kommen hauptsächlich aus Europa, insbesondere Spanien. China soll sich sogar wieder aufwärts bewegen. Ähnliches hört man von Poggenpohl. Wobei die Herforder sich als Nobia-Tochter auf die Eigenvermarktung konzentrieren und im Ausland auf die Objektkarte setzen.

Auch die jetzt vorgelegte Alno-Bilanz zeigt deutlich, dass es seit dem vergangenen Jahr deutliche Umsatzrückgänge gab. So ging er Umsatz im Alno-Konzern im Vergleich 2007/2008 um 19,4 Prozent im Inland um nahezu 80 Mio. Euro zurück. Dies mag zwar einerseits mit dem Verzicht auf unrentable Umsätze begründet werden, andererseits bestätigen die Zahlen aber auch die weitverbreitete Einschätzung, dass die Großfläche stärker von der Krise betroffen ist als die Spezialisten. Immerhin macht Alno 50 Prozent seines Umsatzes in der Großfläche. Stark von der Krise betroffen sind sicher all diejenigen Hersteller, die sich auf die Exportmärkte konzentrieren. Bestes Beispiel der kleine ostwestfälische Küchenbauer Hebaform, der den dramatischen Rückgang des holländischen Marktes nicht verkraften konnte und Mitte Juni Insolvenzantrag stellte.

In der Hausgeräteindustrie sieht die Welt etwas anders aus. Hier melden die deutschen Einbaugerätemarken für den deutschen Markt noch durchweg stabile Umsätze. Wobei allerdings berücksichtigt werden muss, dass das Hausgerätegeschäft zumeist durch den Ersatz- und Erneuerungsbedarf geprägt wird und Sondereffekte ihre Auswirkungen zeigten. So ist übereinstimmenden Meldungen zufolge die Nachfrage nach hochwertigen Hausgeräten deutlich gestiegen. Einerseits wird dies begründet mit einer durch die Turbulenzen auf den Energiemärkten gestiegenen Nachfrage nach energieeffizienten Geräten, anderseits durch die deutlich stärkere Nachfrage nach Induktion, Dampfgarern, Einbaukaffeevollautomaten und vor allem seit der letzten IFA, Trocknern mit Wärmepumpentechnologie.

Dramatisch stellt sich allerdings die Entwicklung im Zulieferbereich der Bau-, Möbel- und Küchenmöbelindustrie dar. So brach der Pfleiderer Aktienkurs nach Gewinnwarnungen und der Ankündigung von Standortschließungen um fast 20 Prozent ein. Angeblich soll Pfleiderer-Vorstandschef Hans H. Overdieck sogar überlegen, ob er staatliche Unterstützung für sein Unternehmen beantragen soll. Der Glunz Konzern will sein Spanplattenwerk in Kaisersesch, betroffen wären 320 Mitarbeiter, gleich ganz schließen und der Oberflächenspezialist Surteco verlor im 1. Quartal 22 Prozent seines Umsatzes und 33 Prozent seines Ergebnisses, sodass die Ankündigung von Standortschließungen folgte.

Während das Geschäft von Automobilindustrie und Autohandel durch die Abwrackprämie ebenso kurzfristig wie heftig angekurbelt wurde, fehlen im für den Absatz von Küchen so wichtigen Wohnungsbau weiter die Impulse. Die starke konjunkturelle

Abhängigkeit des Küchenmarktes ist noch ausgeprägter als die des Möbelgesamtmarktes. Neu bezogene Wohnungen und hier besonders Eigenheime/Eigentumswohnungen ziehen immer Einbauküchenkäufe nach sich. Somit erweist sich der private Wohnungsbau als bedeutendster Impulsträger, erteilte Baugenehmigungen und Wohnungsfertigstellungen sind herausragende Indikatoren für die Branchenentwicklung.

Und hier hat sich der Wegfall der Eigenheimzulage als Bumerang für die Küchenbranche erwiesen. Seit der Abschaffung der Eigenheimzulage zum Januar 2006 wurde die Zahl der Neubauten auf einen Tiefststand gedrückt. Die Bauwirtschaft stellte im vergangenen Jahr so wenig Wohnungen und Eigenheime fertig wie noch nie seit der Wiedervereinigung. Insgesamt wurden knapp 176000 Wohnungen errichtet oder ausgebaut, das waren 16,5 Prozent weniger als 2007, wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden Anfang Juni berichtete.

Im Jahr 1995 war mit 603000 neuen Wohneinheiten ein Höchststand erreicht worden. Die Eigentümer-Vereinigung „Haus & Grund" nannte die jetzige Entwicklung alarmierend. „Die Abschaffung der Eigenheimzulage und die Erhöhung der Mehrwertsteuer haben tiefe Gräben hinterlassen," sagte Präsident Rolf Kornemann. Es sei an der Zeit, bauwilligen Familien kurzfristig Unterstützung zukommen zu lassen. Solange der Neubau der Ein- und Zweifamilienhäuser fast nicht mehr stattfindet, kann auch für die Küchenbranche keine Entwarnung gegeben werden.

Eine Studie der BBE Retail Expert sieht den Küchenmarkt in starker konjunktureller Abhängigkeit und dies gleich in mehrfacher Hinsicht. „demografische Veränderungen und die ausgesprochene Nähe zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sind die Rahmenbedingungen, die die Möbelnachfrage allgemein und speziell die Küchennachfrage nachhaltig beeinflussen. Weitere Einflussgrößen ergeben sich durch eine zunehmende Internationalisierung und die Polarisierungstendenz in der Gesellschaft, die sich in einem Verlust der Mitte niederschlägt. Durchschnittliches ist immer weniger gefragt, ebenso werden durchschnittliche Handelskonzepte mit Zuschnitt auf die Mitte unter Druck geraten," beschreibt Uwe Kröger, BBE-Senior Consultant, die wichtigen Einflussfaktoren für die zukünftige Entwicklung des deutschen Küchenmarktes.

Kröger rechnet sogar damit, dass sich der Einbruch beim Ein- und Zweifamilienhausneubau in den nächsten ein bis zwei Jahren weiter auswirken wird. Küchen bekommen nach seiner Einschätzung wenigstens bis Mitte des Jahres 2011 Umsatzprobleme.

Zu diesen Umsatzproblemen kommt sowohl für Industrie als auch für den Handel die sogenannte Kreditklemme. Einer Umfrage der BBE Handelsberatung München zufolge gaben mehr als 60 Prozent von 300 befragten Einzelhändlern an, dass es in diesem Jahr weitaus schwieriger sei, Kredite bei den Hausbanken zu erlangen als im vergangenen Jahr. Dazu kommen 20 Prozent, die das Verhalten ihrer Bank als „leicht restriktiv" beurteilten. Besonders hart betroffen sei auch hier, so die BBE weiter, der Möbel- und Einrichtungshandel. Weiter hätten die Banken die Zinssen-

Die Küchen- und Möbelindustrie im Jahr 2009

Gesamtumsatz in 1000 Euro	**April**	**Gesamt**
H. v. Küchenmöbeln	318.253	1.160.593
Veränderung zum Vorjahr	-18,65 %	-15,50 %
H. v. Möbeln (unbereinigt*)	1.290.473	5.110.626
Veränderung zum Vorjahr	-20,64 %	-14,82 %
Inlandsumsatz in 1000 Euro		
H. v. Küchenmöbeln	202.642	736.760
Veränderung zum Vorjahr	-20,08 %	-17,44 %
H. v. Möbeln (unbereinigt)	949.115	3.741.322
Veränderung zum Vorjahr	-18,99 %	-13,76 %
Auslandsumsatz in 1000 Euro		
H. v. Küchenmöbeln	115.611	423.833
Veränderung zum Vorjahr	-16,01 %	-11,89 %
Exportquote	36,33 %	36,54 %
Veränderung zum Vorjahr	1,14 %	1,53 %
H. v. Möbeln	341.263	1.369.304
Veränderung zum Vorjahr	-24.89 %	-17,58 %
Exportquote	26,85 %	26,80 %
Veränderung zum Vorjahr	-1,50 %	-0,88 %
Auslandsumsatz mit der Euro Zone in 1000 Euro		
H. v. Küchenmöbeln	87.951	320.880
Veränderung zum Vorjahr	-12,38 %	-8,57 %
H. v. Möbeln	248.112	986.653
Veränderung zum Vorjahr	-23,19 %	-17,16 %
Zahl der Betriebe* **		
Küchenmöbelindustrie	58	58 (Durchschnitt)
Veränderung zum Vorjahr	1,75 %	0,00 %
Möbelindustrie	556	552 (Durchschnitt)
Veränderung zum Vorjahr	-0,54 %	-1,07 %
Zahl der Beschäftigten		
Küchenmöbelindustrie	14.866	14.892 (Durchschnitt)
Veränderung zum Vorjahr	1,16 %	-0,91 %
Möbelindustrie	91.908	92.275 (Durchschnitt)
Veränderung zum Vorjahr	-2,27 %	-2,39 %

*) eine Differenzierung zwischen Inland und Ausland ist nur bei unbereinigten Werten möglich
) hier wurden branchenfremde Teile (Autositze, Flugzeugsitze, etc.) herausgerechnet, die Werte sind nur vorläufig. *) Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten
(Quelle: Statistisches Bundesamt, VDM/HDH, VdDK)

kungen nicht an ihre Kunden weitergegeben, gleichzeitig aber die Risikozuschläge erhöht. Die Kreditklemme betrifft den Einzelhandel natürlich besonders hart, da der Kapitalbedarf für Miete, Warenbestand und Ausstattung häufig sehr hoch ist.

Industrie und Handel kämpfen gleichfalls mit dem übervorsichtigen Verhalten der Kreditversicherer. Die Kreditversicherer haben ihre Leistungen als Folge der Wirtschaftslage deutlich eingeschränkt. Bestes Beispiel in dem Falle der ostdeutsche Küchenhändler Uli Rübbelke. Im Herbst vergangenen Jahres wurde Rübbelke noch als Retter der Küchen Keie-Filialen im Osten gehandelt, im Januar 2007 stellte er selbst Insolvenzantrag. Hintergrund die Kreditversicherer hatten seine Limits gekürzt, der verbandslose Rübbelke blieb auf der Strecke.

Gewiss kein Einzelschicksal. So meldete KüchenPartner Vorstand Thomas Greve für das vergangene Jahr 15 Abgänge, davon alleine 12 durch Insolvenzen. Eine wenig verheißungsvolle Entwicklung bei den Spezialisten. Und die Unternehmensberatung Titze kommt in ihrer neuen Studie: „Der Markt für Küchenmöbel bis 2015" zu dem Schluss, dass Übernahmen und Insolvenzen die Anzahl der Marktteilnehmer kontinuierlich verringern. Kein Unternehmen, egal ob Händler oder Hersteller könne, heute in der Küchenbranche ohne klare Positionierung überleben. Die Küchenmöbeldistribution sei derzeit erheblich in Bewegung. Der Möbelhandel falle gegenüber 2006 um immerhin mehr als fünf Prozentpunkte erstmals auf unter 50 Prozent Marktanteil zurück. Dabei verlieren laut Titze alle Vertriebswege mit Ausnahme des Möbeldiscounts. Der Küchenhandel habe nur in geringem Umfang profitiert und um 1,3 Prozent Marktanteil zugelegt. „Der Gewinn ist ausschließlich den Fachmärkten zu verdanken, die inzwischen bei 13,5 Prozent Marktanteil stehen, während der Küchenfachhandel auf 28 Prozent zurückgefallen ist, so die Titze-Studie. Doch auch Fachmärkte sind kein Erfolgsgarant für positive Vermarktung. Dies zeigte die Pleite von Andreas Astroh, der im Winter 2007 lange bevor jemand von der Weltwirtschaftskrise sprach, in die Insolvenz rutschte.

Die aktuellen Wirtschaftszahlen und -fakten müssen auch die Verbundgruppen aufhorchen lassen. Dr. Carsten Uthoff, Vorstand der Creditreform AG, erwartet 36000 Firmeninsolvenzen in 2009, ein Anstieg von rund 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch verschlechtere sich die Zahlungsmoral mit rund 10 Prozent gegenüber 2008 spürbar. Gerade vor diesem Hintergrund seien die Stärken der Verbundgruppen besonders hervorzuheben. Zur Verbesserung des Ratings der einzelnen mittelständischen Unternehmen verwies Uthoff auf die Eigenkapitaldecke und die Beachtung des Cashflows. Insbesondere ging er zudem mit der verbreiteten Kultur ins Gericht, dass Unternehmer über Zahlen nicht sprechen. Diese Kultur müsse unbedingt abgelegt werden. Ein Unternehmer erwarte Transparenz über seine Schuldner, ebenso müsse aber auch Transparenz über das eigene Unternehmen in den Markt gegeben werden. Für eine offene und gezielte Finanzkommunikation müsse nicht nur gegenüber den Banken Sorge getragen werden, sondern auch gegenüber den Lieferanten und Kunden.

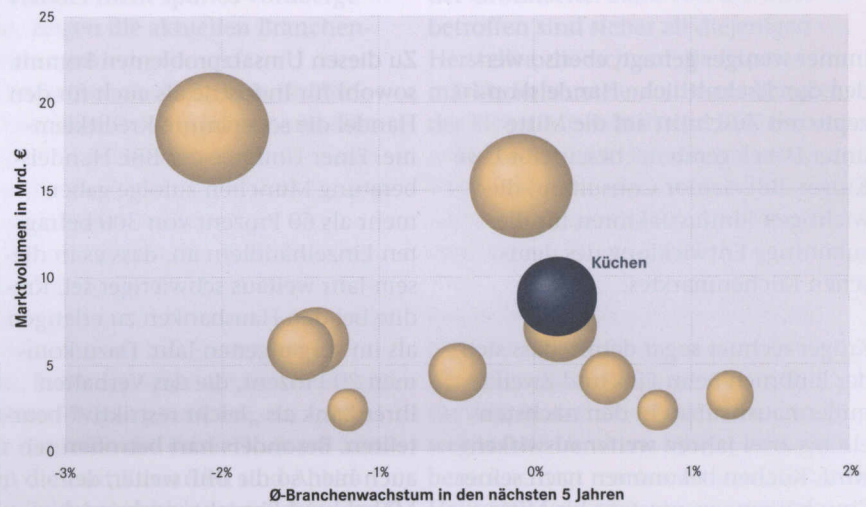
Uthoff rief die Unternehmer auf, ihre Organisationsstruktur zu nutzen. „Sie haben nämlich einen Bonus: Sie sind Mitglied in einer Verbundgruppe" führte er aus, und „damit haben Sie schon eine ganz andere Bonität als jemand, der nicht Mitglied ist," Er empfahl, auf jeden Fall die Bank beim Kreditgespräch darauf hinzuweisen und auch gegenüber dem lokalen Büro der Kreditauskunft dieses herauszustellen. Der ZGV (Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen) gibt den Verbundgruppen hierzu Zertifikate an die Hand, die an die Mitgliedsunternehmen weitergereicht und von diesen zur Vorlage bei den Hausbanken genutzt werden können. Seit der Einführung im Jahr 2006 wurden mehr als 120000 solcher Zertifikate bei den kooperierenden Unternehmen ausgestellt.

Der Küchenhandel in Deutschland, so lautet das Ergebnis unserer Recherche, kann sich der allgemein schlechten wirtschaftlichen Situation noch entziehen, ist aber durch die verheerenden Einbrüche in der Baukonjunktur, stark in Mitleidenschaft gezogen. Entscheidend wird sein, wie sich der Arbeitsmarkt in den kommenden Wochen und Monaten entwickelt.

Studien:
Branchenfokus Küchen
(www.bbe-retail-experts.de)
Der Markt für Küchenmöbel bis 2015
(www.titze-online.de) ■

BBE RETAIL EXPERTS Pressegrafik

Branchenpositionierung und -marktanteile im Geschäftsfeld Heim-/Hausausstattung bis 2013



Quelle: **BBE** RETAIL EXPERTS