



AMK Pressefrühstück

GfK. Growth from Knowledge

LivingKitchen, Köln, 20. Januar 2015



Agenda



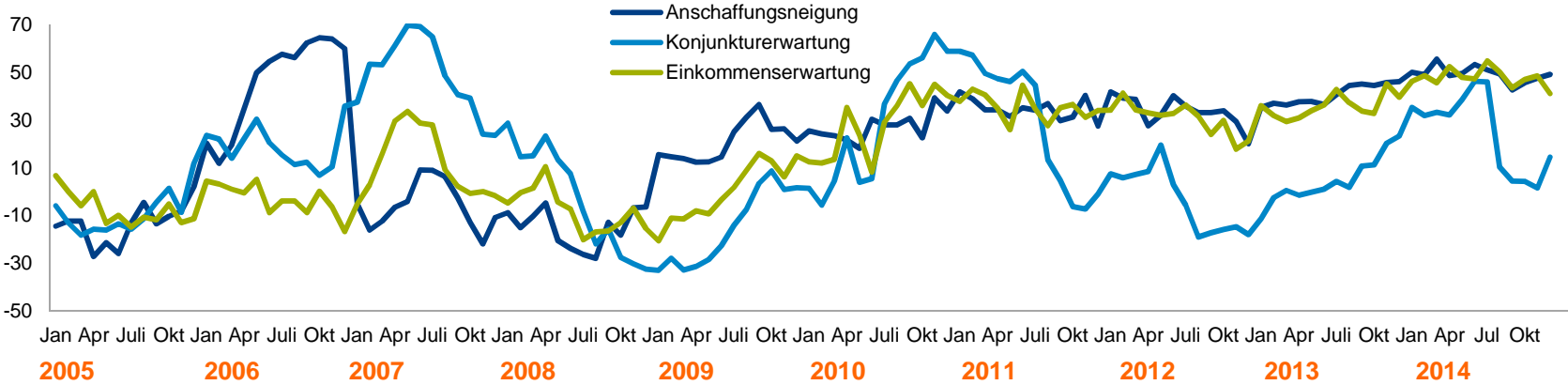
1 Konsumklima 2014 und Wohnungsneubau

2 Küchenmarkt Deutschland 2014

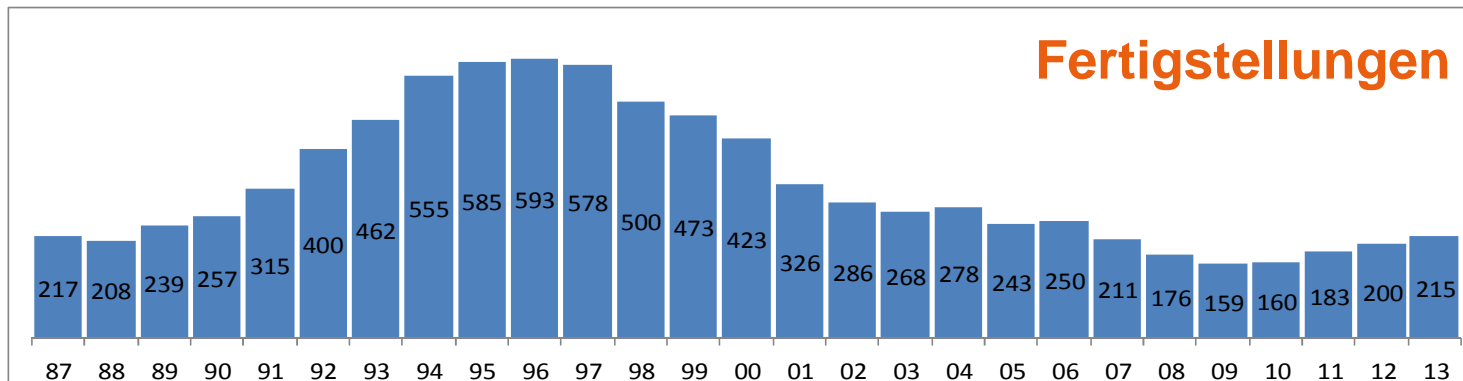
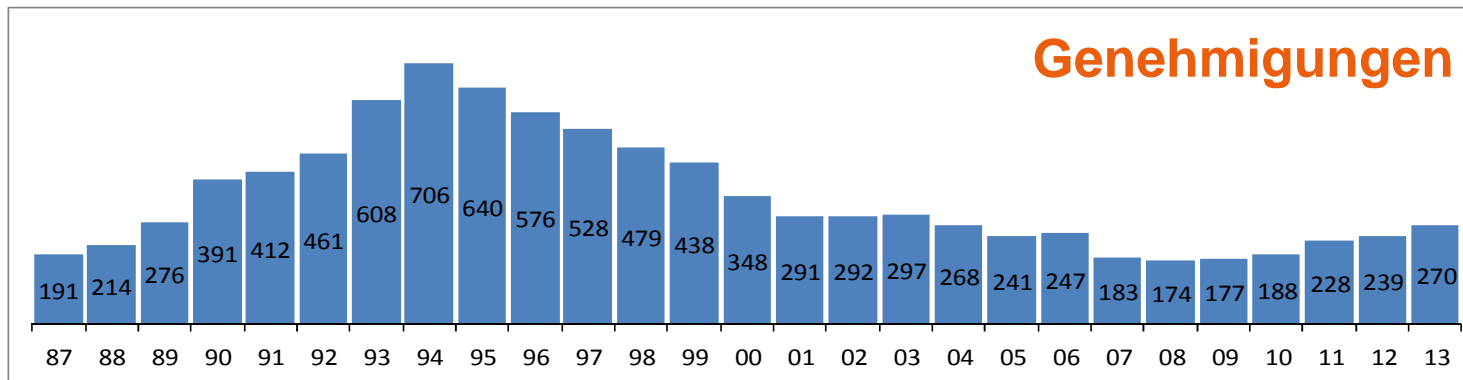
3 Elektrogroßgeräte/Einbaugeräte 2014

1. Konsumklima 2014 und Wohnungsneubau

GfK-Konsumklima



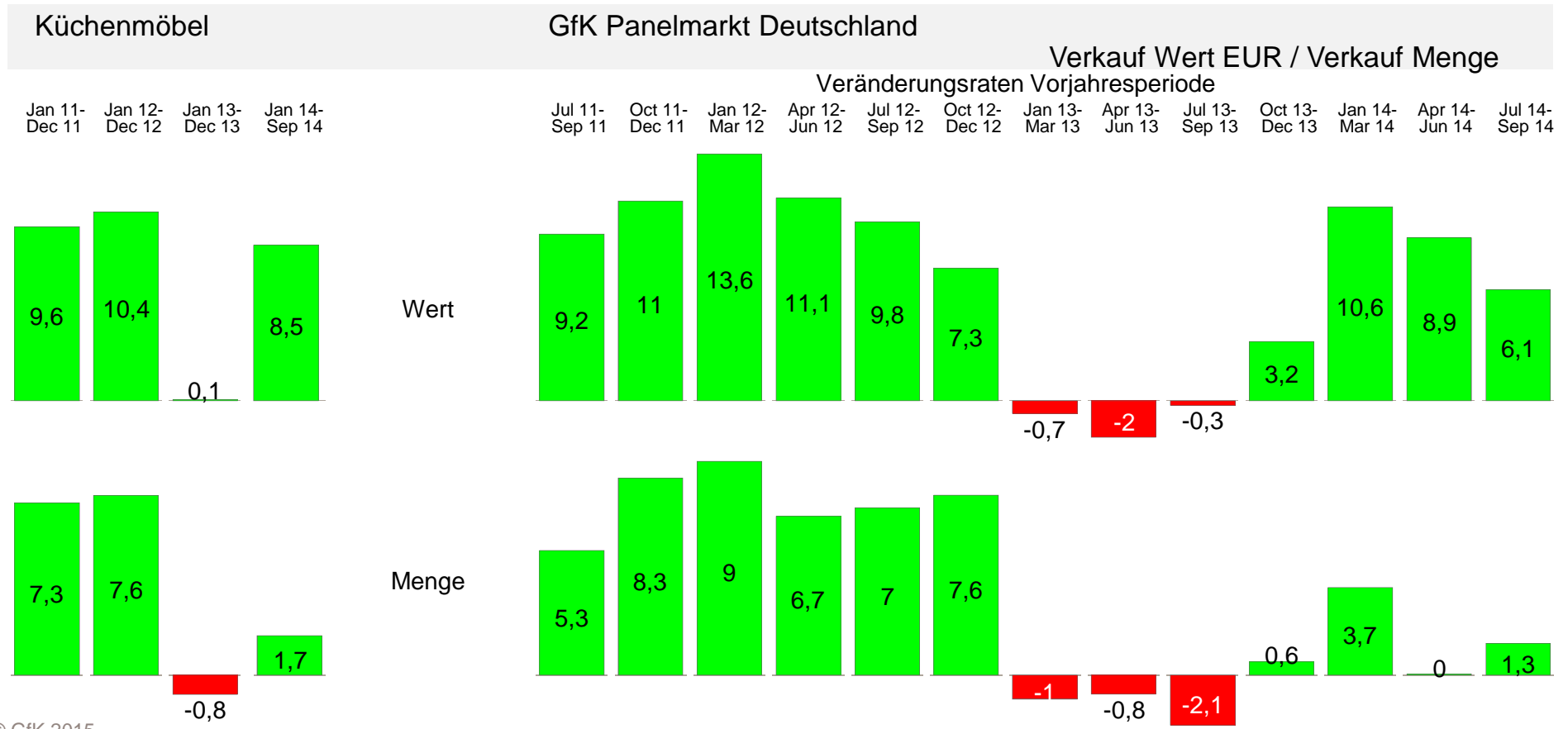
Genehmigte und fertiggestellte Wohneinheiten in Deutschland (1987-2013)



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2015; Wohneinheiten in 1.000

2. Küchenmarkt Deutschland 2014

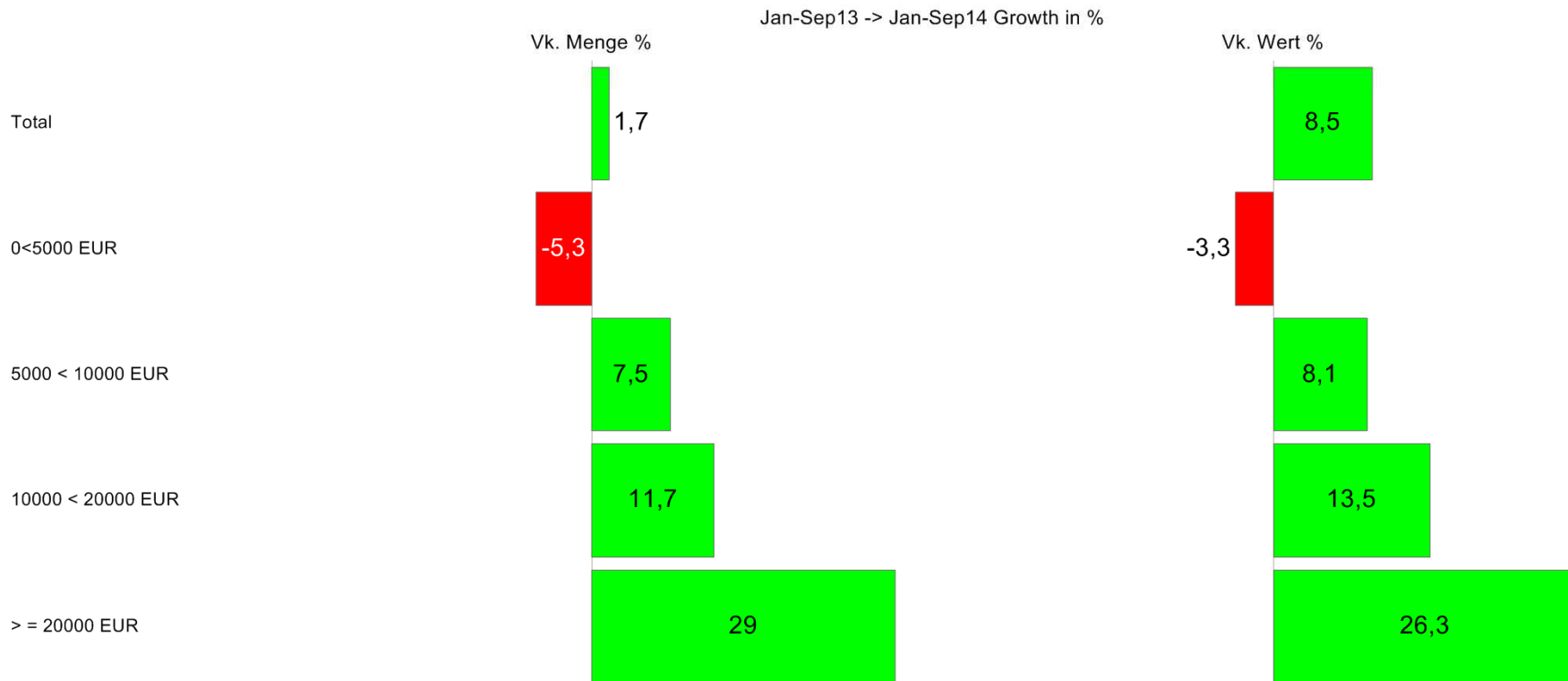
Küchenmarkt in Deutschland in 2014 mit leichtem Absatzplus im Möbel- und Küchenhandel, aber kräftigem Umsatzplus durch höhere Verkaufspreise und starkem Wachstum im Lacksegment



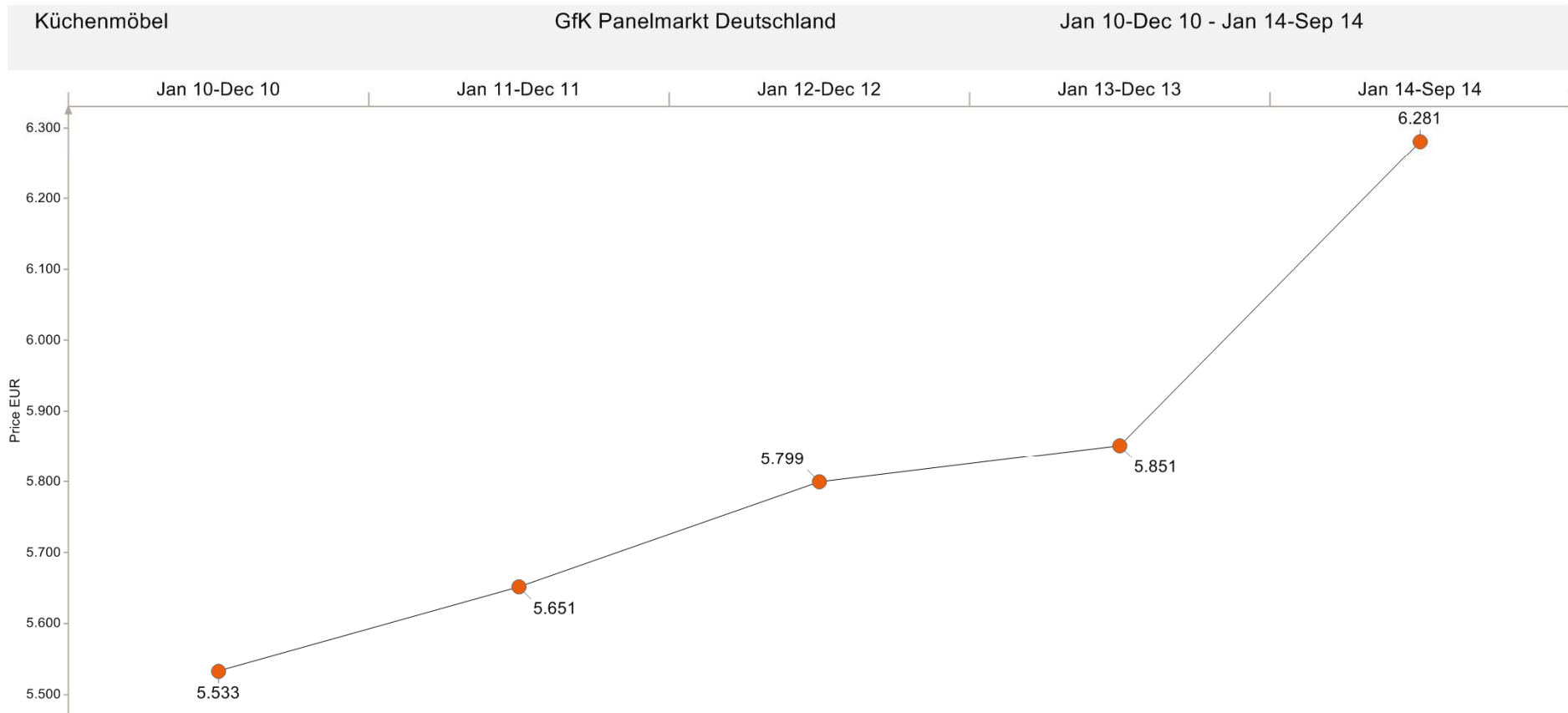
Küchenmarkt in Deutschland wächst in 2014 nur in den oberen Preisklassen, in der Preisklasse über 10.000 Euro zweistellige Zuwachsraten



Küchenmöbel GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Sep13 -> Jan-Sep14 Growth in %
Vk. Menge %, Vk. Wert %



Küchenkäufer geben in 2014 mehr Geld für Küchen aus; der durchschnittliche Auftragswert für eine Küche steigt auf 6.300 EUR, ein Plus von 800 EUR zu 2010



Bei Küchen > 10.000 EUR sind Echtlackfronten weiter im Trend,
 zusätzlich verstärkt seit 2014 durch die neue günstigere Frontausführung Lacklaminat

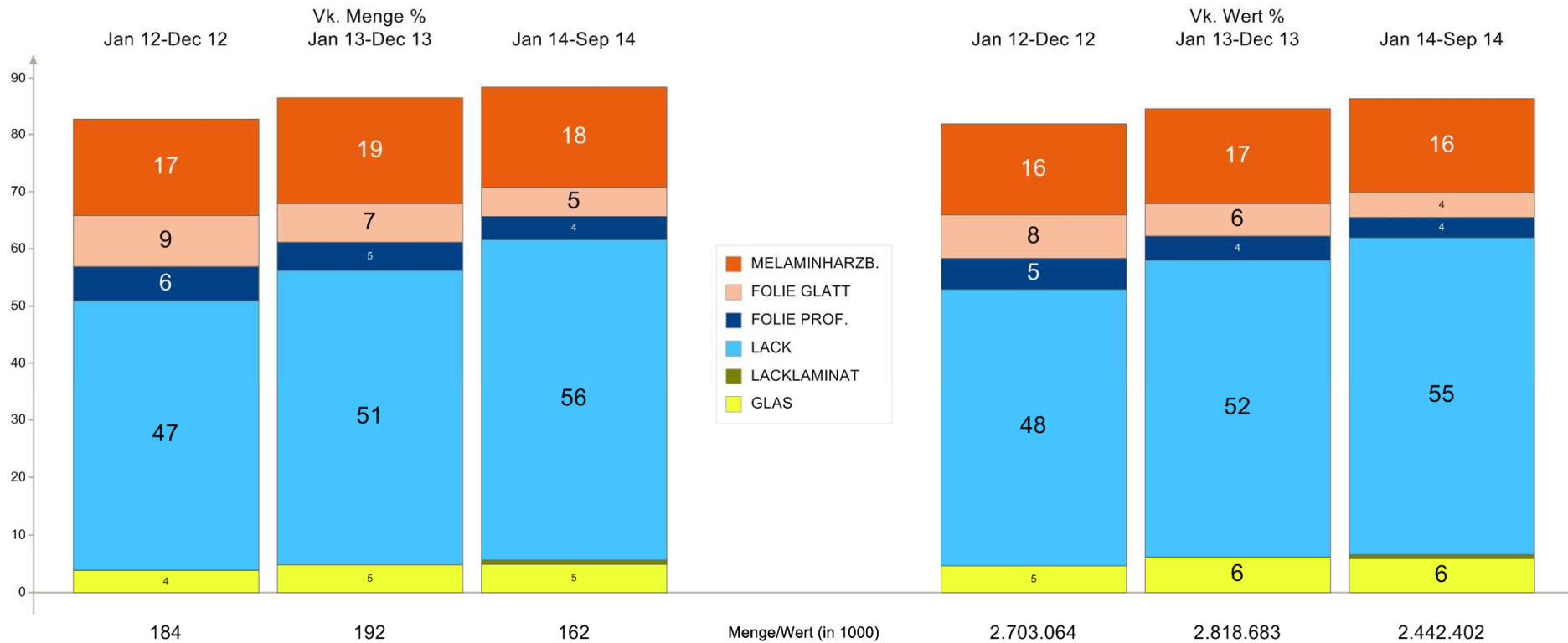


Küchenmöbel

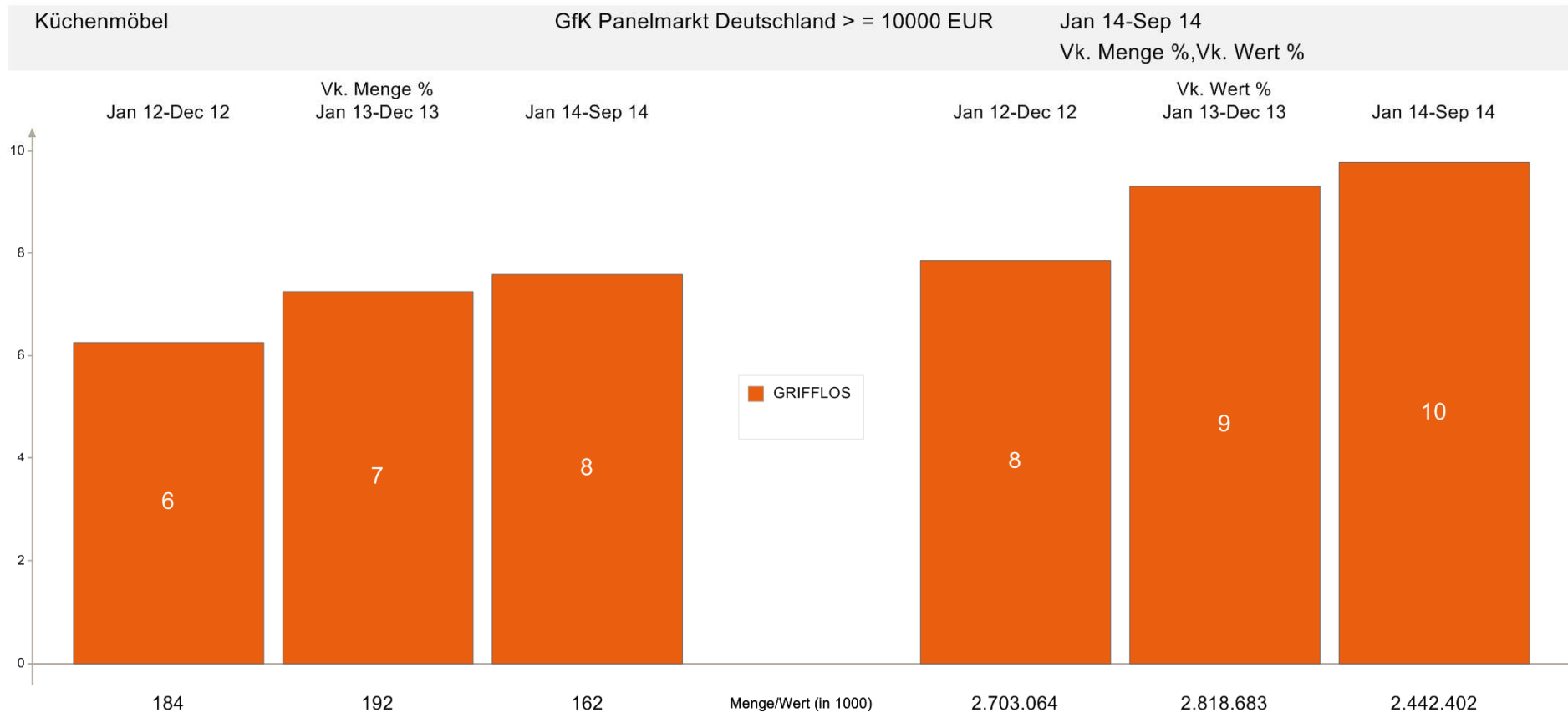
GfK Panelmarkt Deutschland > = 10000 EUR

Jan 14-Sep 14

Vk. Menge %,Vk. Wert %



Grifflose Küchen gewinnen weiter kontinuierlich an Bedeutung, speziell bei Küchenspezialisten; der Absatz konzentriert sich weiter auf die Preislage > 10.000 EUR

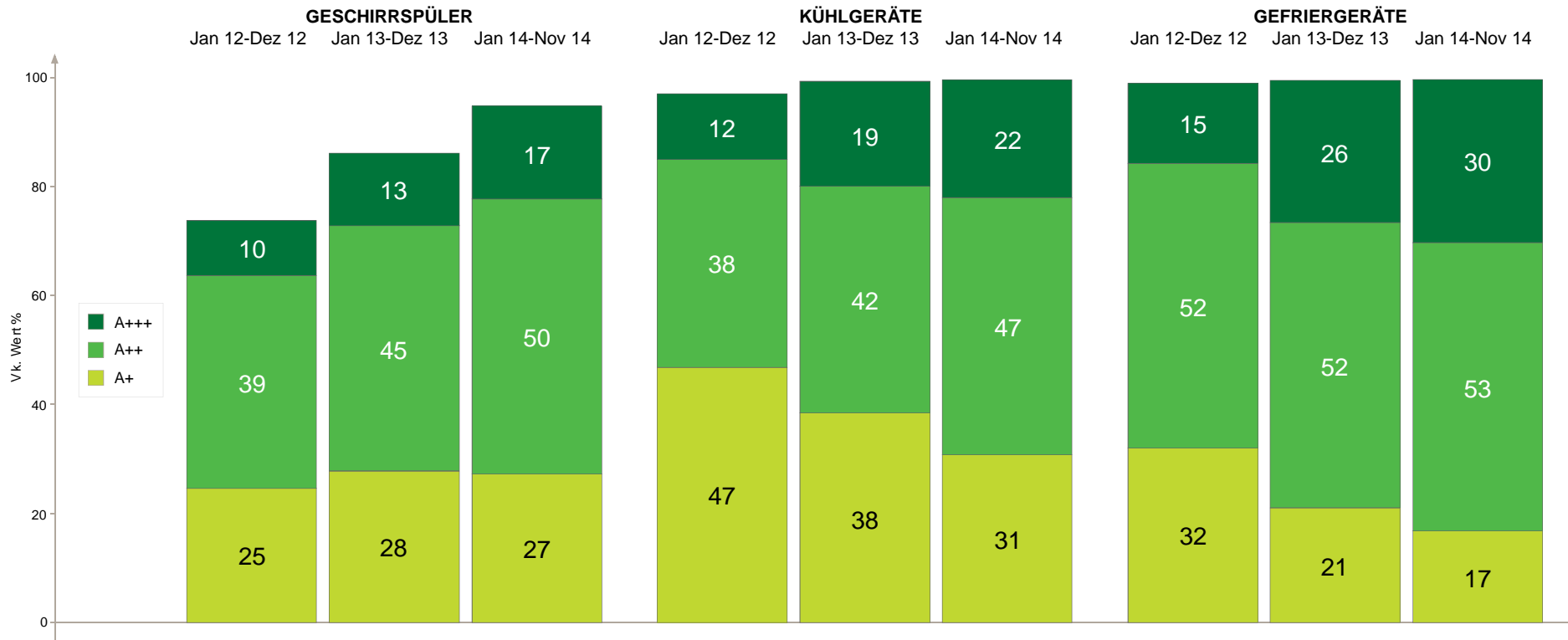


3. Elektrogroßgeräte/Einbaugeräte 2014

Dynamische Entwicklung des Marktes durch energieeffiziente Elektrogeräte hält weiter an



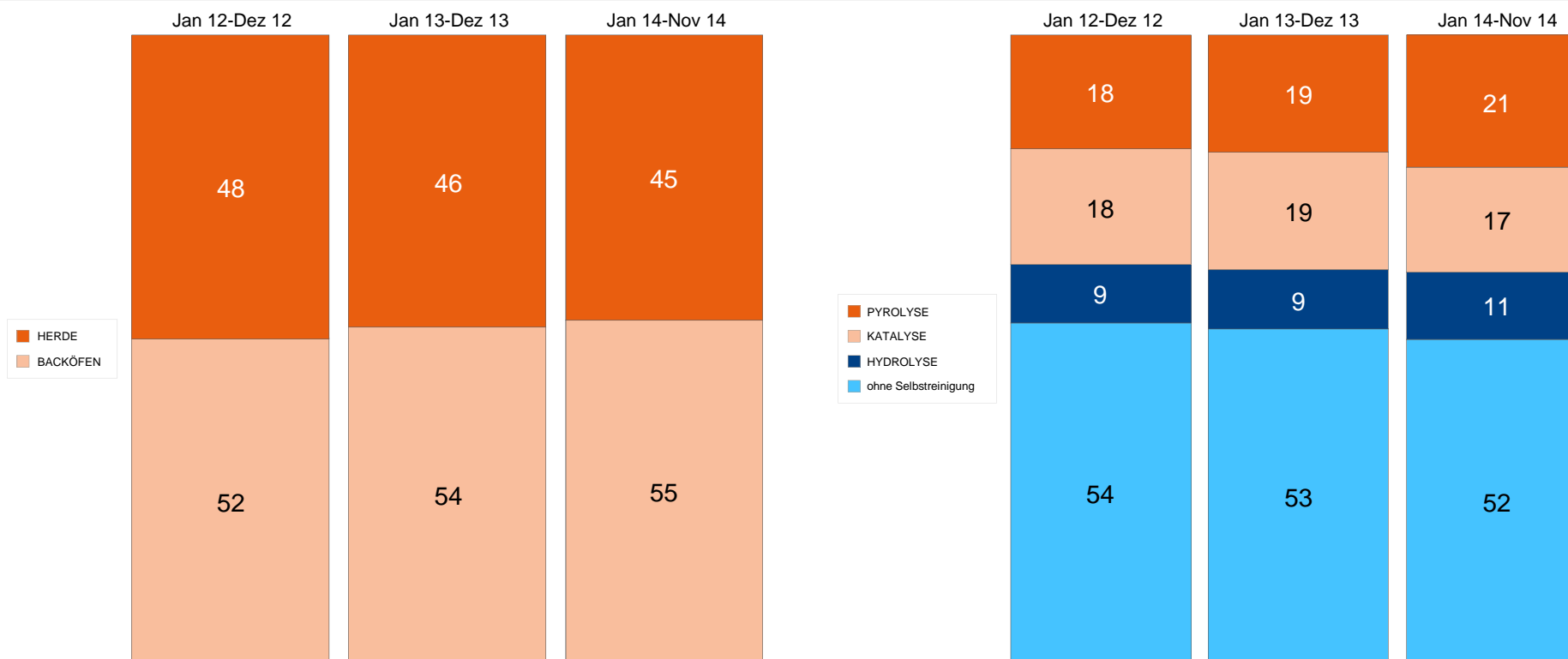
GESCHIRRSPÜLER, KÜHLGERÄTE, GEFRIERGERÄTE GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14
 Vk. Wert %



Wachsende Bedeutung von Flexibilität zeigt sich u.a. durch die Bedeutungssteigerung von Backöfen; zudem rücken hochwertige Features, wie Selbstreinigung, weiter in den Fokus der Konsumenten



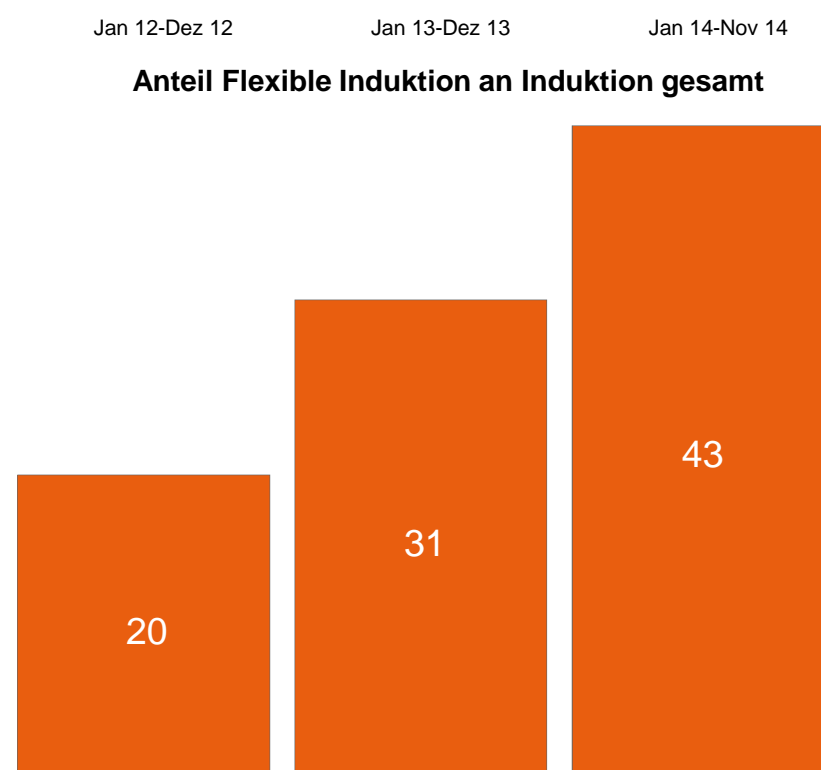
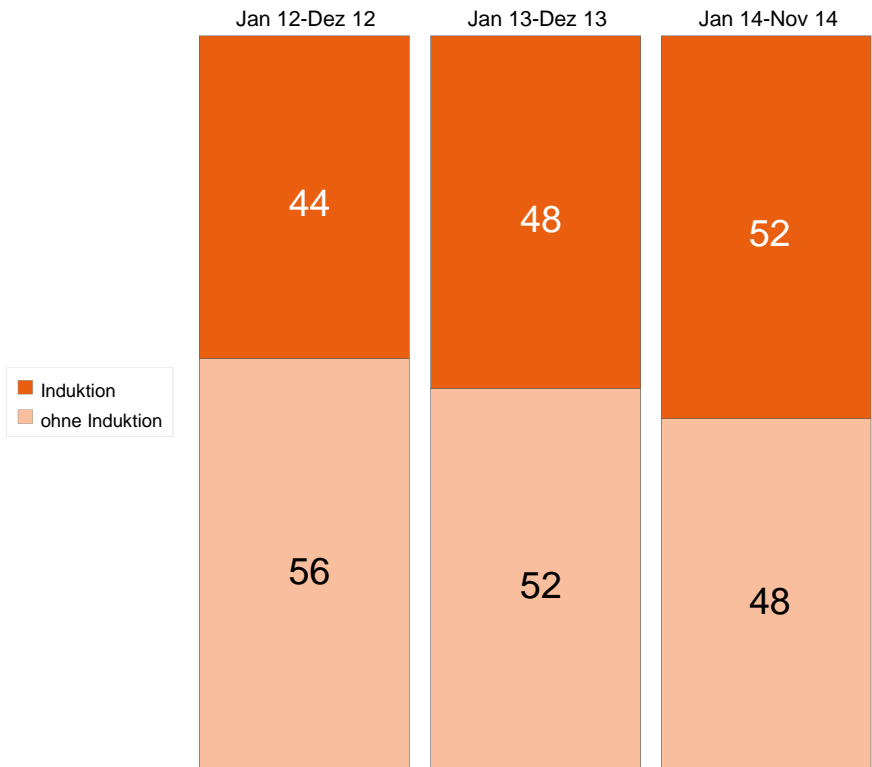
HERDE/BACKÖFEN GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14 Vk. Wert %



Weitergehender Trend hin zur Induktion und Flexibilität beim Kochen durch die Option der freien Kochflächennutzung



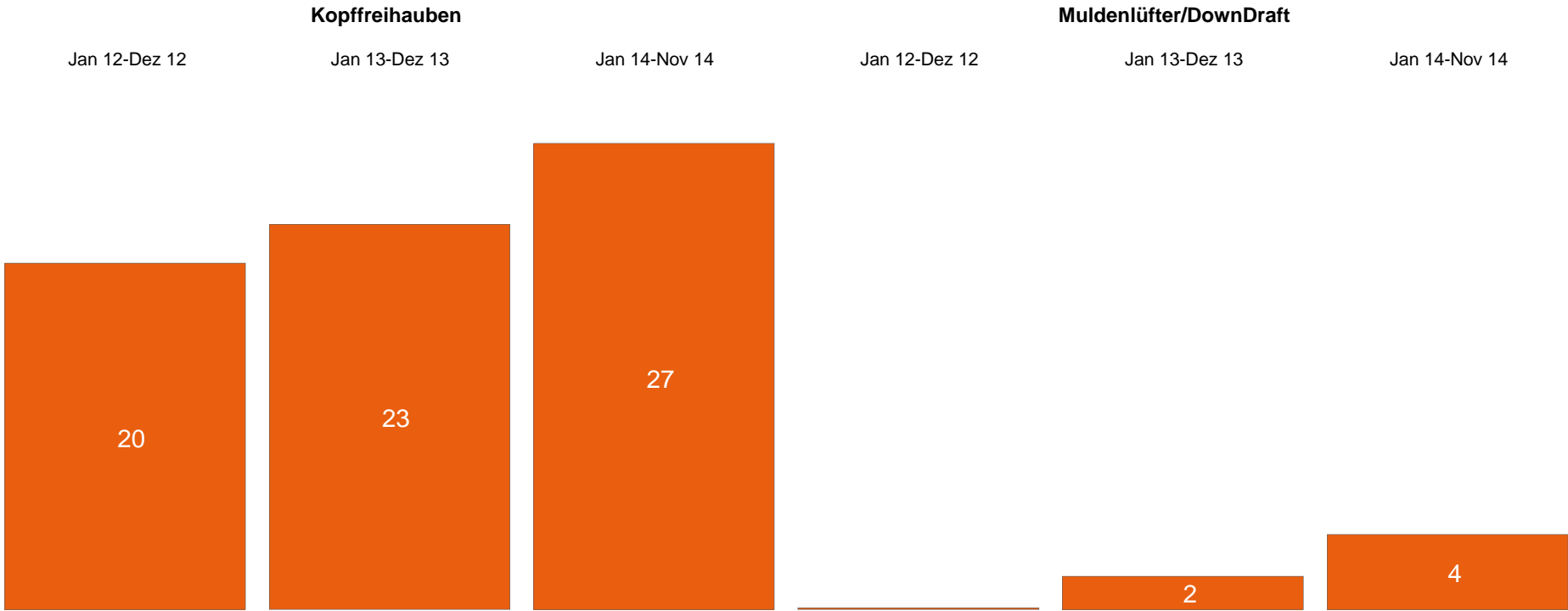
KOCHFLÄCHEN GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14
Elektrische Glas-Keramik-Kochflächen Vk. Wert %



Weiterhin zeigt sich eine positive Entwicklung bei innovativen Segmenten, wie z.B. Kopffreihauben und Muldenlüfter-/DownDraft-Modellen



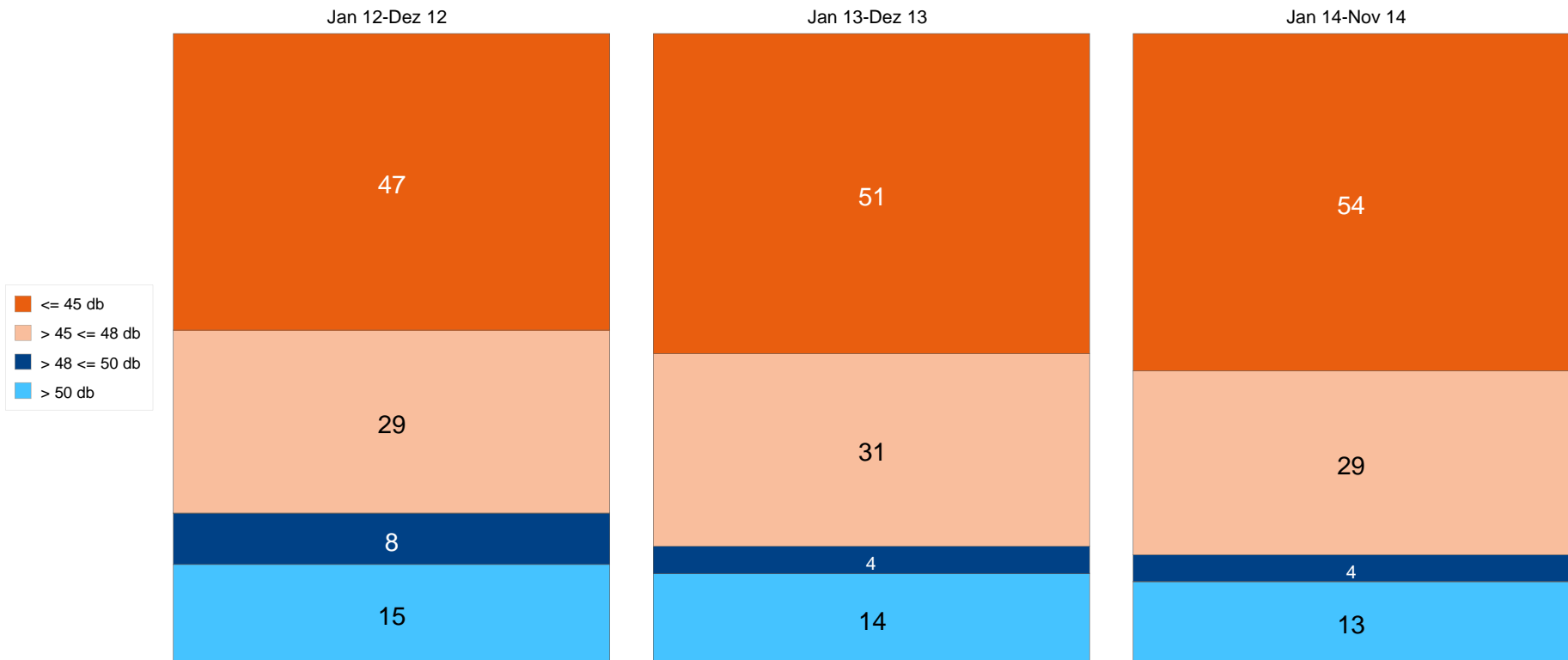
DUNSTABZUGSHAUBEN GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14
Vk. Wert %



Besonders leise Geschirrspüler gewinnen im Zuge der steigenden Anzahl offener Küchen weiter an Bedeutung



GESCHIRRSPÜLER GfK Panelmarkt Deutschland Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14
Vk. Wert %



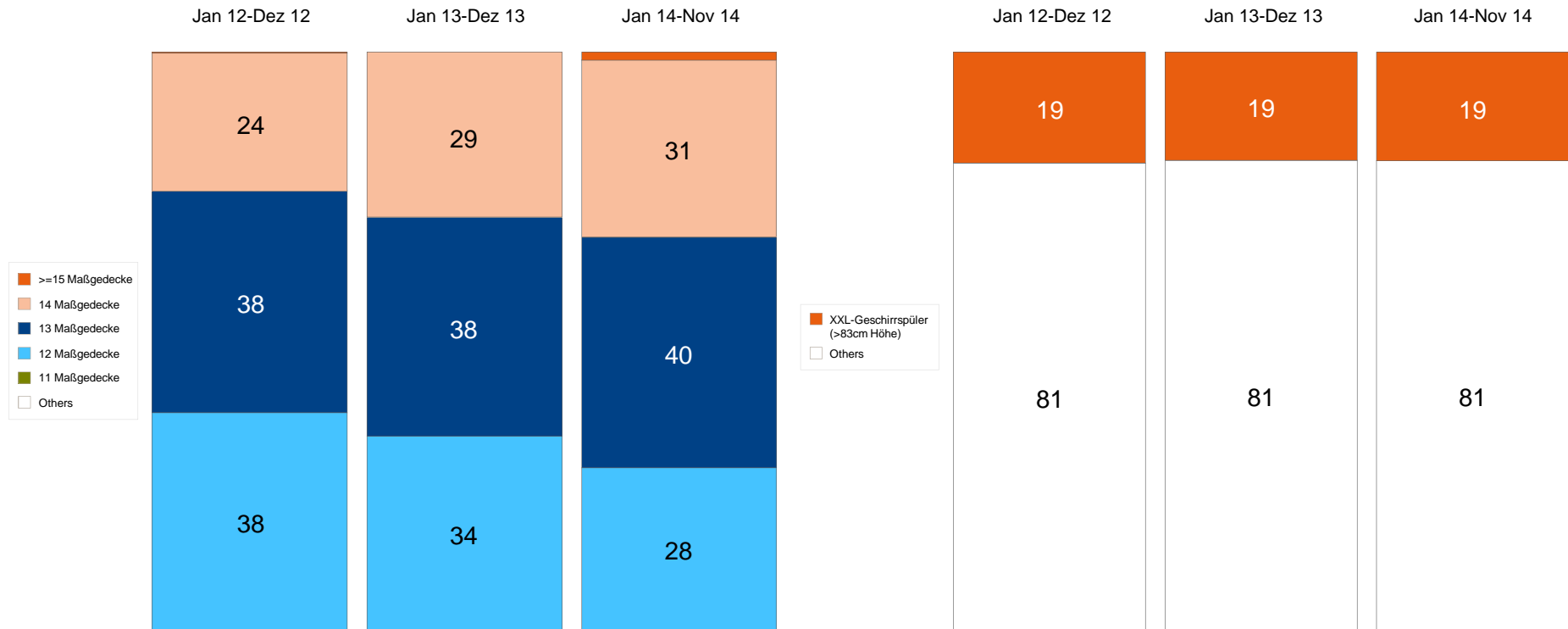
Bei Geschirrspülern steigt die Zahl der Maßgedecke trotz unveränderter XXL-Anteile dank innovativer Innenraumkonzepte



GESCHIRRSPÜLER
EINBAU FULLSIZE

GfK Panelmarkt Deutschland

Jan-Dez 12; Jan-Dez 13; Jan-Nov 14
Vk. Wert %



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

AMK Pressefrühstück, 20. Januar 2015

markus.wittmann@gfk.com

GfK is the trusted source of relevant market and consumer information that enables its clients to make smarter decisions. More than 13,000 market research experts combine their passion with GfK's long-standing data science experience. This allows GfK to deliver vital global insights matched with local market intelligence from more than 100 countries. By using innovative technologies and data sciences, GfK turns big data into smart data, enabling its clients to improve their competitive edge and enrich consumers' experiences and choices.