

Presseinformation

Profiteure der Krise – die Küchenbranche

Hamburg, 09. September 2020 – Sie stellt eine der größten historischen Herausforderungen für unser Wirtschaftssystem dar: Die Corona-Krise. Während in der Luftfahrtindustrie die Flugzeuge eher am Boden liegen und der Tourismussektor gegen die neu aufgekommene Reiseangst kämpft, rollt der Rubel in der Küchenbranche weiter. So stieg laut dem Verband der Deutschen Möbelindustrie der Umsatz mit Küchenmöbeln im Juni 2020 allgemein um 12,81% gegenüber dem Vorjahresmonat, im Inland sogar um 21,11%. Auch das Marktforschungsinstitut GfK vermeldet positive Zahlen in Sachen Durchschnittspreis pro verkaufter Küche: So erzielen die deutschen Küchenhersteller unter Einbeziehung der Export-Küchen inzwischen einen durchschnittlichen Preis von 11.398 Euro. Allein in Deutschland gibt ein Kunde im Fachhandel 9.687 Euro für eine neue Küche aus. Damit liegen die Ausgaben für Küchen in Deutschland 20% über den Ausgaben vor fünf Jahren und 49% über denen vor zehn Jahren. Tendenz steigend. Tim Rabe, Verkaufsleiter von Häcker Küchen, berichtet: „In nahezu allen Märkten investieren Verbraucher in ihr Zuhause. Die Bedeutung der Einrichtung nimmt zu und das führt dazu, dass die Nachfrage nach Küchen bei Häcker deutlich zugelegt hat. Eine positive Tendenz, die Mut macht. Dabei resultiert der Trend der Menschen, das eigene Heim zu verschönern sicher auch aus den Restriktionen, welche die aktuelle Virus-Situation in Deutschland, Europa und der Welt mit sich gebracht hat. Die Küche steht beim Verbraucher hoch im Kurs.“

Die Küchenbranche beweist sich also als sicheres Geschäft in der Krise. Krisensicher erscheinen auch die Franchisesysteme der Küchenbranche. Laut dem Deutschen Franchiseverband haben die bundesweit insgesamt rund 960 Franchisesysteme im vergangenen Jahr 133.424 Franchisepartner gewonnen. Damit erfährt der allgemeine Wachstumsindex ein positives Plus von 4,2% zum Vorjahr 2018. Auch der Gesamtumsatz kann sich sehen lassen, stieg dieser doch um 5,1% auf 129 Milliarden Euro.

Franchise in der Küchenbranche bietet Zukunftsperspektiven

Bei der alleinigen Betrachtung der Zahlen der Möbel- und speziell der Küchenmöbelindustrie, trifft man auf den wohl perfekten Zeitpunkt für eine berufliche Veränderung. Gute Verkäufer werden immer gesucht und heute mehr denn je. Das bietet Arbeitnehmern verschiedene Optionen: Also raus aus der Corona bedingten Kurzarbeit und rein in die eigene Selbstständigkeit als Franchisepartner? Die Umsetzung dessen scheitert oft an den meist nur begrenzt zur Verfügung stehenden finanziellen Möglichkeiten. Eine Finanzierung von der Bank erscheint in Zeiten der Krise schier unmöglich. In solchen Momenten ist ein Partner, der mit einem etablierten und erfolgreichen System zur Seite steht, hilfreich und gut. Er erhöht die Chancen für die Finanzzusage bei der Bank. Hier lohnt zum Beispiel ein Blick auf Küche&Co als möglicher Partner für Franchise-Newcomer. Der Küchen-Franchisegeber bietet insbesondere mit seinem 120m² Konzept auch Quereinsteigern die Chance, als Unternehmer durchzustarten. So können auch neue Franchisenehmer mit kleinem Budget eine große Küchenwelt in hochfrequenten Lagen anbieten. Ein besonderes Einkaufserlebnis bietet hierbei der Einsatz von Virtual Reality-Brillen. So kann der Kunde auf Wunsch ein schier unendliches Küchen-Sortiment erleben, umfangreicher als auf klassischer Küchenstudio-Fläche.

Tochter der Otto Group fördert Digitalisierung bei angehenden Franchisepartnern

Mit der hauseigenen Schulungsakademie bietet Küche&Co neuen Franchisenehmern attraktive Perspektiven, das eigene Verkaufstalent weiter auszubauen und das nötige

Fachwissen zu erlernen. Doch was bringt einem all der Mut und die Mühe sich in das etablierte Franchisesystem zu wagen, wenn der Herbst kurz bevorsteht und eine mögliche zweite Welle der Corona-Pandemie über Deutschland hereinbrechen könnte? Die Prognosen dazu sind schwierig, Experten sind sich uneinig. Doch eines scheint klar: Ein erneuter Lockdown, und das kurz nach der Eröffnung eines neuen Studios, könnte auch für die besten Verkäufer am Ende das Aus bedeuten. Beruhigend zu wissen, dass Digitalisierung in der Krise hilft und Selbstständige krisenresistenter sind, wenn sie für Innovationen offen sind und digitale Hilfsmittel im Arbeitsalltag einsetzen. Das ergab eine Analyse des Leibniz Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung. Auch Küche&Co bietet den Franchisenehmern digitale Lösungen. „Unsere digitalisierten Prozesse bieten innovativen Franchisenehmern von Küche&Co die Möglichkeit auch während eines zweiten Lockdowns Küchen zu verkaufen“, erklärt Niels Jacobsen, Geschäftsführer von Küche&Co. „In jedem unserer Küchenstudios ist die Beratung von Kunden neben Telefon und E-Mail auch per Video-Chat möglich und Termine können online gebucht werden. Dies hat sich schon im ersten Lockdown als sehr gute Alternative zur persönlichen Beratung im Küchenstudio erwiesen“, berichtet Niels Jacobsen weiter. Für Küche&Co ist das Thema Digitalisierung nicht neu. Allein die Website verfügt über ein Kundenkonto, ein Ideenbuch, einen Stil-Finder, Checklisten zur Bedarfsanalyse oder auch einen Online Planer. Auch der Küche&Co Franchisenehmer hat die Möglichkeit, Digitalisierung beim Küchenverkauf einzubinden: Mit dem Einsatz von Virtual Reality wird dem Kunden ein ganz besonderes Einkaufserlebnis bereitet. Als Inspiration kann der Interessent dank VR-Brille sämtliche aktuelle Küchentrends in einer virtuellen Ausstellung besichtigen. Und im Anschluss die eigens für ihn geplante Küche bereits virtuell im Studio mit VR-Brille begehen, bevor die Möbel für ihn produziert und zu Hause eingebaut werden. Dabei kann er zum Beispiel direkt ausprobieren, ob die Küchenarbeitsplatte hoch genug, der Weg von Herd zu Spüle zu weit ist oder ob vielleicht doch noch ein weiterer Schubladenschrank die Küche optimal komplettieren würde.

Während andere Branchen also weiter zittern und ums Überleben kämpfen, geht die Küchenmöbelbranche nicht nur aufgrund der fortschrittlichen Digitalisierung wahrlich als Profiteur aus der Krise hervor. Harald Friedrich, Geschäftsführer der Robert Bosch Hausgeräte GmbH, bekräftigt dies: „Küche&Co und Bosch verbindet eine erfolgreiche Zusammenarbeit und ich bin sicher, dass wir in den nächsten Jahren gemeinsam weitere Wachstumspotentiale erschließen werden.“

Abzuwarten bleibt jedoch die zweite Periode des geschichtsträchtigen Corona-Jahres und ihre wirtschaftlichen Folgen. Eine Überprüfung des bisherigen Berufsweges und eine Einschätzung der Zukunft kann gerade in diesen Zeiten nicht schaden. Wer vielleicht in einer Branche ohne positive Zukunftsprognose arbeitet, findet gegebenenfalls die Lösung als Franchisepartner in der gesunden Küchenbranche.

Über Küche&Co

Die Marke Küche&Co steht seit 30 Jahren für erstklassigen Service und exzellente Qualität in Sachen Einbauküchen. Seit 1995 ist die Küche&Co GmbH ein Unternehmen der Otto Group. Mit der Anzahl an bundesweit vertretenen Küchenstudios ist Küche&Co bereits heute das größte Franchisesystem für den Einbauküchenfachhandel in Deutschland. 2013 wurde die Küche&Co Austria GmbH gegründet und ist seitdem auf Wachstumskurs. Hochqualifizierte Beratung in den Küchenstudios oder zuhause, die Websites mit Inspirationen aus dem Küchenblog, aus dem Online-Katalog sowie mit dem Online-Küchenkonfigurator, der Kataloge und eine eigene Service-Hotline fügen sich in die Multichannel-Strategie von Küche&Co ein. Das Sortiment umfasst qualitativ hochwertige und individuell gefertigte Markenküchen „Made in Germany“. Elektrogeräte und Zubehör runden das Angebot von Küche&Co ab.

www.franchise.kueche-co.de

www.kuecheco.at

www.facebook.com/kuecheundco

www.instagram.com/kuecheundco
www.pinterest.com/kuecheundco
www.twitter.com/kuecheundco
www.youtube.com/user/KuecheUndCo

Pressekontakt Küche&Co

Ziegfeld Enterprise // Baumwoll 7, 20459 Hamburg
Lisa Runte, Tel.: (040) 3868-7466, lisa.runte@ziegfeld-enterprise.de
Friederike Utecht, Tel.: (040) 3868-7464, friederike.utecht@ziegfeld-enterprise.de