

Pressedienst 007-032022

AMK organisiert 1 A-Messefläche auf der KBIS

Mannheim, 03.03.2022. Die Küchen- und Badmesse KBIS gilt als eine der wichtigsten Eingangspforten für den lukrativen US-amerikanischen Markt. Hier lassen sich für Unternehmen der Küchenindustrie tragfähige Kontakte schließen. Allerdings kann es kompliziert sein, überhaupt Standfläche zu erhalten. Auch bei der jüngsten Ausgabe vom 8. bis 10. Februar in Orlando/Miami war die Nachfrage nach Messeflächen wieder größer als das Angebot. Der Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e. V. (AMK) ist es für einige Mitgliedsbetriebe dennoch gelungen. Dank guter und langjährig gepflegter Verbindungen.

Auf dem Gemeinschaftsstand „German Pavilion“ präsentierten sich die AMK-Mitgliedsunternehmen Häcker Küchen, SieMatic, nobilia und Dein-Konfigurator dem Fachpublikum. Hinzu kam eine Info-Präsentation des Möbelerverbands VDM. Insgesamt stellten auf der KBIS rund 375 Anbieter aus. Darunter mehrere Unternehmen der Möbel-, Beschläge- und Geräteindustrie aus dem deutschsprachigen Raum mit ihren US-amerikanischen Niederlassungen. Auch der ostwestfälische Küchenmöbelspezialist Ballerina war vor Ort. Die KBIS ist Teil der „Design & Construction Week“ mit insgesamt 1.200 Ausstellern. Laut Veranstalter kamen in diesem Jahr rund 73.000 Besucher.

Doppelte Fläche reserviert

Für die KBIS im kommenden Jahr konnte die AMK bereits wieder Ausstellungsfläche reservieren. „Und das sogar fast im doppelten Umfang von etwa 1.000 qm und in 1 A-Lage“, freut sich Volker Irle, Geschäftsführer der AMK, über einen großen Erfolg. Dieser sei alles andere als selbstverständlich. Denn angesichts der großen Nachfrage und eines sehr speziellen Vergabeverfahrens des Veranstalters „Emerald Expositions“ auf Basis einer Rangliste seien großzügige und zusammenhängende Flächen rar. Dementsprechend haben einige Unternehmen aus

Arbeitsgemeinschaft
Die Moderne Küche e.V. (AMK)
Harrlachweg 4
68163 Mannheim, Germany

Telefon: +49 (0) 621 85 06 100
Telefax: +49 (0) 621 85 06 101
Internet: www.amk.de
www.tag-der-kueche.de
E-Mail: info@amk.de

Belege erbeten an:
Pressestelle der AMK
Abdruck und Auswertung frei.
Die AMK stellt Ihnen auf Anforderung
gerne weiteres Text- und Bildmaterial
zur Verfügung.

Deutschland schnell Interesse signalisiert, auf der nächsten KBIS Teil des gemeinschaftlichen Auftritts unter der Flagge „Made in Germany“ zu sein. Die Vorbereitungen dafür haben bei der AMK bereits begonnen. Stattfinden wird die Küchen- und Badmesse dann in Las Vegas vom 31. Januar bis 2. Februar 2023.

Rundum gelungen

Volker Irles Fazit der aktuellen Veranstaltung sowie das der anschließenden AMK-/Koelnmesse-Delegationsreise mit 12 Teilnehmern durch das „Küchenland USA“ fällt eindeutig aus: „Rundum erfolgreich.“ Bezogen auf die Kontaktpflege vor Ort, den Einblicken in den US-amerikanischen Küchenmarkt, den Messeerfolg der teilnehmenden Unternehmen und der Kooperation mit der Koelnmesse sowie den Partnerverbänden HDH (Hauptverband der Deutschen Holzindustrie) und VDM (Verband der Deutschen Möbelindustrie). Der Gemeinschaftsstand „German Pavilion“ wurde von der AMK in Zusammenarbeit mit den Verbänden HDH/VDM beantragt und auf den Weg gebracht, von der Koelnmesse umgesetzt und vom Bund gefördert.

Ein besonderer Dank der AMK geht an die Koelnmesse sowie an den US-amerikanischen Küchenverband NKBA (National Kitchen + Bath Association), dem Eigentümer der KBIS. „Es war eine großartige Umsetzung und von der praktischen Unterstützung vor Ort haben alle Unternehmen sehr profitiert“, betont der Geschäftsführer des Branchenverbandes.

Kontakt zu führenden Entscheidern

„The Kitchen & Bath Industry Show“, kurz KBIS, findet im jährlichen Wechsel in Orlando und Las Vegas statt. Sie gilt als wichtigste nordamerikanische Branchenschau für Küche und Bad. Auch Unternehmen der Küchenindustrie aus dem deutschsprachigen Raum suchen hier die Nähe zu den führenden Entscheidern. Das sind zumeist Designer und Projektentwickler von Wohnungsbaugesellschaften. Denn Küchen gelten in den USA als Bestandteil des Hauses und werden deshalb nicht wie in Deutschland gewohnt von Privatpersonen gekauft, sondern von den Planern und Projektierern der Immobilien.

Den Küchenmarkt hautnah erleben

Kontakte zu diesen wichtigen Personen und Gesellschaften standen auch im Mittelpunkt der „AMK/koelnmesse Delegation Tour“, die sich

direkt an die KBIS anschloss. Organisiert wurde diese von der AMK mit besonderer Unterstützung der Koelnmesse und der NKBA. „Die Verbindungen der NKBA haben uns viele Türen geöffnet“, weiß Volker Irle das hilfreiche Engagement des US-Küchenverbandes sehr zu schätzen.

Nach 2020 war es bereits die zweite derartige Tour der AMK. Diesmal reisten zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus neun Mitgliedsunternehmen durch Teile des Landes. Sie profitierten von einer „All-inclusive-Organisation“ inklusive Hotelbuchungen. An vier Tagen erhielten die Vertreter der deutschen Küchenindustrie praxisnahe Einblicke, wie das Küchengeschäft in den USA funktioniert und welche Kriterien für den Markterfolg unabdingbar sind. Auf dem Programm standen Treffen mit Designern, Influencern, Showroomgestaltern und Projektentwicklern. „Wir waren sogar in Baumärkten, um uns einen unverstellten Eindruck von diesem in den USA enorm wichtigen Küchenvertriebskanal im Retailgeschäft zu machen“, berichtet „Reiseleiter“ Volker Irle.

Das Programm war vollständig darauf ausgerichtet, den Küchenmarkt in den USA hautnah zu erleben. „Wir wollten nicht nur davon hören, sondern es verstehen und uns einen persönlichen Eindruck verschaffen.“ Dazu zählte auch, mit den jeweiligen Entscheidern ins Gespräch zu kommen und zu erfahren, welche Bedürfnisse und Ansprüche diese in der Zusammenarbeit mit Unternehmen aus Deutschland haben. Bezogen auf Produkte, Design und Technik. Und ausdrücklich auf Aspekte der Montage. „Reibungslose Abläufe gerade an dieser Stelle sind für die Kunden in den USA elementare Kostenfaktoren, auf die sie größten Wert legen“, nennt Volker Irle ein konkretes Beispiel für den Praxisbezug der Delegationsreise. Oder anders formuliert: „In den vielen Gesprächen wurden die Unterschiede zu den Gepflogenheiten in Deutschland deutlich.“ Diese Informationen sind beim Aufbau von Exportstrukturen äußerst nützlich.

Ein gigantisches Potenzial

Gründe für die Ausweitung der Exportaktivitäten in die USA gibt es laut Volker Irle mehrere. Zwei besonders eingängige: „Es ist eine besonders kaufkräftige Region und einer der größten Küchenmärkte der Welt.“ Und von Unternehmen aus Deutschland noch vergleichsweise wenig einbezogen. Aktuell gehen lediglich 1,8 % aller Küchenexporte der deutschen Küchenmöbelindustrie in die Staaten. Das sind gerade mal 0,9 % der jährlichen Produktionsleistung. „Das Potenzial, das sich Unternehmen aus Deutschland in den USA bietet, ist also gigantisch“, fasst der AMK-

Geschäftsführer die Möglichkeiten zusammen. Dazu passt auch eine Zahl aus der offiziellen Statistik der NKBA: Der durchschnittliche Verkaufswert einer „Medium Size“-Küche liegt bei 50.000 US-Dollar. Dieser Wert bezieht sich allein auf die Holzteile. Geräte gehen extra.

Unverbindliche Infos einholen

Weitere unverbindliche Informationen zur Teilnahme am geplanten „German Pavilion“ beziehungsweise auf der reservierten Fläche der KBIS 2023 erhalten Interessierte bei der AMK-Geschäftsstelle in Mannheim. Das gilt auch für Infos zur nächsten Delegationsreise durch die USA. Ansprechpartner bei der AMK sind Geschäftsführer Volker Irle, Mail: volker.irle@amk.de, Telefon 0621. 8506100, und Miriam Hoffmann, Mail: miriam.hoffmann@amk.de, Telefon: 0621. 8506-115. (AMK)

Marktinformationen:

Küchenpreise in den USA

Wie aus einer anderen Welt

In den USA haben Küchen einen hohen Wert. Ideell wie finanziell. Laut dem US-amerikanischen Küchenverband NKBA (National Kitchen + Bath Association) werden 72 % aller Küchenkommissionen im Marktsegment „Medium“ verkauft. Und das bei Durchschnittserlösen von 50.000 US-Dollar (\$) ohne Geräte. Das sind umgerechnet rund 44.000 Euro (bei einem Wechselkurs von 0,88 Euro pro US-Dollar. Innerhalb dieses Segments entfallen 15 % auf den Einstiegsbereich (unter 25.000 \$), 22 % liegen im Verkauf zwischen 25.000 und 40.000 \$, ebenfalls 22 % zwischen 40.000 und 55.000 \$ und 23 % zwischen 55.000 und 75.000 \$. 18 % des „Medium“-Marktes haben einen Verkaufswert von 75.000 \$ und höher. Die Segmente links und rechts der Mitte sind sehr ungleich proportioniert. Typische „Small Kitchen“ haben lediglich einen Marktanteil von 3 %, die luxuriösen „Large Kitchen“, die sich im unteren Bereich mit den Kommissionen aus dem „Medium“-Segment überschneiden, kommen auf 25 %. Hier dokumentiert die NKBA die Klassen unter 55.000 \$ (21 %), 55.000 bis 75.000 \$ (22 %), 75.000 bis 100.000 \$ (16%), 100.000 bis 150.000 \$ (25 %) und über 150.000 \$ (17 %).

„Es ist einfach eine andere Welt“, kommentiert AMK-Geschäftsführer Volker Irle die Marktsituation im Vergleich zu Deutschland und vielen anderen Exportmärkten. Ein weiteres Beispiel dazu: Bei der Komplettrenovierung einer Immobilie unter Regie einer Wohnungsbaugesellschaft entfallen rund 20 % des Gesamtbudgets allein auf die Küche.

Bildunterschriften zum AMK-Pressedienst 007-032022:
AMK organisiert 1 A-Messefläche auf der KBIS

Bild 1 + 1a:

Messeflair auf der KBIS 2022 in Orlando. Für einige Unternehmen der Küchenindustrie konnte die AMK Ausstellungsfläche organisieren. Im kommenden Jahr bietet sich diese Möglichkeit noch mehr Firmen.

(Foto: AMK)

Bild 2:

„Wir haben es geschafft und es geht weiter“, kommentiert AMK-Geschäftsführer Volker Irle die erfolgreiche Messepräsentation auf der KBIS.

(Foto: AMK)

Bild 3:

Trotz Corona-Schutzabstand im direkten Gespräch: Auf der „AMK-/Koelnmesse Delegation Tour“ erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer direkte Einblicke in den US-amerikanischen Küchenmarkt.

(Foto: AMK)

Alle AMK-Pressemitteilungen und Bilder auch unter
www.amk.de/pressemeldungen

Pressekontakt:

Arbeitsgemeinschaft Die Moderne Küche e.V. (AMK)

Harrlachweg 4, 68163 Mannheim

Tel.: +49 (0) 621 / 8 50 61 – 00

E-Mail: **info@amk.de**

Die AMK ist der Fach- und Dienstleistungsverband der gesamten Küchenbranche. Sie engagiert sich auf den Gebieten Technik & Normung, Marketing & Öffentlichkeitsarbeit, Internationalisierung sowie Messewesen. Der AMK gehören mehr als 140 Mitgliedsunternehmen an, alle sind namhafte Hersteller von Küchenmöbeln, Elektro-/Einbaugeräten, Spülen, Zubehör sowie Zulieferer, Handelskooperationen und Dienstleistungsunternehmen. Sie ist Schirmherrin für den „Tag der Küche“, der jährlich mit Live-Events in zahlreichen Küchenausstellungen im deutschsprachigen Raum lockt. Der bundesweite Aktionstag findet am **12. November 2022** mit mehr als 2000 mitwirkenden Küchenfachgeschäften, Küchenstudios und bei Möbelhändlern mit Küchenfachabteilungen statt. Weitere Informationen im Internet unter **www.amk.de** und **www.tag-der-kueche.de**. (AMK)