

Bonjour – auf der französischen Küchenmöbelmesse Sadecc

„Richten Sie Ihre Zukunft ein“, hieß das diesjährige Motto der französischen Küchenmesse. 2019 feierte sie ihre Premiere in Paris und fand in ihrem Zwei-Jahres-Turnus nun wie geplant wieder statt, wenngleich mit einer verringerten Ausstellerzahl. Rund siebzig Unternehmen aus der Branche präsentieren sich in Paris. Einige deutsche Unternehmen, wie Beckermann und KH Systemmöbel, hatten ihre Teilnahme abgesagt, aufgrund der zeitlichen Nähe zur area30. Auch den französischen Branchenprimus Schmidt und Fournier/Mobalpa suchte man vergeblich. Beide Unternehmen, so hörte man, nehmen generell nicht an der Sadecc teil. So gab es für die, die da waren, mehr Zeit für ausführliche Gespräche mit den Messebesuchern, freute sich Jörg Deutschmann, Geschäftsführer von Pino.

Dezente Farben und Holzfronten sind auch in Frankreich gefragt, berichteten Business Developer Jean Francois Coron und Exportleiter Matthias Keudel von Nobilia. Sie hatten direkt im Eingang der Sadecc sozusagen die Pole Position auf der Küchenmesse.

Für Pino war die Sadecc der erste große eigene Auftritt auf internationalem Parkett. Auf 180 Quadratmetern präsentierte der Küchenmöbelproduzent aus Coswig an der Elbe sieben Küchen und das neue Planungssystem. Der Fokus von Pino liegt dabei auf Küchen, die einfach und schnell zu planen sind. „Wir haben Frankreich als strategischen Markt für uns definiert und bauen gerade den Vertrieb auf“, informierte Jörg Deutschmann. Seit über einem Jahr sei man aktiv

mit dem Einstieg in den französischen Markt beschäftigt. Nun suche man französische Händler und andere Vertriebswege. Pino macht seinen Umsatz von aktuell achtzig Millionen Euro zu neunzig Prozent in Deutschland. „Interessant sind für uns auch nur deutschlandnahe Exportmärkte“, erklärte Deutschmann, „da die Transportkosten sonst in keinem Verhältnis zum Küchenpreis mehr stehen.“ Speziell für den französischen Markt wurde die Software „home-by-me“ entwickelt. Mit der eigenen Software wird das Konzept für den Preiseinstieg unterstützt, das mit einem überschaubaren Angebot auf Service und Geschwindigkeit der Prozesse setzt. Die Küchen werden in drei Wochen ausgeliefert, bzw. mit Sonderlieferzeit in zehn oder in Deutschland sogar fünf Tagen. Ein strategischer Vorteil für die Marktbearbeitung unseres Nachbarlandes: Pino gehört seit vier Jahren zur Nobilia Gruppe, die in Frankreich sehr stark ist. „Tatsächlich sind wir von französischen Nobilia-Partnern angesprochen worden, ob wir nicht auch in Frankreich verkaufen wollen.“ Pino will neben dem Fachhandel noch ein Segment aufbauen, in dem Nobilia als Marke nicht vorkommt: den Baumarktsektor. Mister Menuiserie oder Bricomarché sind hier erste Partner. Für Zerlegtmöbel, wie sie nun in Frankreich angeboten werden, sucht man parallel auch in Deutschland Absatzkanäle. Die Pino-Küchen kosten durchschnittlich zwischen drei- und siebentausend Euro. Eine Stärke seien Farben, wie das pastellige Grau. „Highlight auch für den Preiseinstieg“, so Deutschmann, „sind schwarze Küchen.“

Nobilia hatte gleich im Eingangsbereich der Messe Quartier bezogen. Im neuen „bleue fiorde“ (Fjordblau), gedecktem Grün und mit einer neuen Holzfront Eiche präsentierte der Hersteller drei aktuelle Küchenmodelle. Außerdem fanden auf dem Stand von etwa zwei-



Für Pino-Geschäftsführer Jörg Deutschmann und sein Team war der Messeauftritt Start für die Bearbeitung des französischen Küchenmarktes. Besonders gefragt: farbige Küchen von Schwarz bis Pastell.



hundert Quadratmetern drei Badezimmer, zwei Esszimmer und ein Dressing-Room Platz. Frankreich sei ein großer und wichtiger Exportmarkt, so Exportleiter Matthias Keudel, man gehöre zu den Top drei auf dem französischen Küchenmarkt. Von den 1.500 Händlern seien die meisten Franchisenehmer, da es eine Großfläche für Möbel in Frankreich so nicht gäbe. Gravierende Besonderheiten bei der Bearbeitung des französischen Marktes sieht er sonst nicht: „Der Geschmack hat sich im Großen und Ganzen mittlerweile international stark angeglichen.“ Die Franzosen hätten aber deutlich früher als die Deutschen die schwarzen Küchen für sich entdeckt. Ach ja, und ganz speziell hätte man mal einen Baguette-schrank für die französischen Kunden angeboten. Mit dem Besucherinteresse zeigte Keudel sich zufrieden. Schon in den ersten zwei Stunden seien über hundert Besucher gekommen.

Cuisines Morel und **Sagne Cuisines** fanden sich Seite an Seite auf einem Stand. Beide Hersteller, so war von Stéphane Treboux, Präsident der Groupe STF, zu erfahren, sind zusammen noch mit Equimob unter einem Dach vereint. Die Gruppe hat drei Möbelfabriken in Frankreich. Mit 200 Mitarbeitern und rund 500 Händlern macht sie 35 Millionen Euro Umsatz in Frankreich, Belgien und der Schweiz. Jedes Jahr würde der Umsatz um dreißig Prozent steigen, gab Treboux an. Neu sei der Trend



zu mehr Farbe und weg von der „Banalisation“ der Produkte. Morel stehe für Spezialanfertigungen. Als erster Hersteller setze man auch auf die Merivo Box von Blum. Ein wichtiges Thema sind daneben Wohnmöbel. Auch die Händler, berichtete Tréboux, würden ihre Ausstellungen immer mehr wie Wohnungen ausstatten, mit Möbeln, Bädern etc. Die Messe lief gut und Tréboux fand es gar nicht übel, dass weniger Wettbewerber vor Ort vertreten waren. Der größte Konkurrent sei Nobilia.

Discac ist ein französischer Produzent, der zu achtzig Prozent im Küchengeschäft unterwegs ist und die restlichen zwanzig Prozent des Umsatzes mit Bädern erwirtschaftet. Das Unternehmen gibt es seit 25 Jahren, Inhaber und Geschäftsführer ist Cédric Gauchet. „Eins unserer großen Verkaufsargumente ist die schnelle Lieferzeit“, erklärte er. „Wir liefern üblicherweise in zwei Wochen.“ Hundert Küchenmodelle stehen zur Auswahl mit einem durchschnittlichen Verkaufswert von rund viertausend Euro. Als Neuigkeit gibt es Melamin nun lackiert, in Schwarz und Weiß und den Innenkorpus in drei Farben. Discac hat 180 Mitarbeiter und erreicht dieses Jahr einen Umsatz von 29 Millionen Euro. Man arbeitet mit etwa dreihundert Händlern in Frankreich. Export spielt kaum eine Rolle.

Cubo Design vereint die italienischen Marken Miton Cucine und Binova. Die Produktion der Küchen erfolgt in Abruzzo. Mit 120 Mitarbeitern mache man 40 Millionen Euro Umsatz, informierte Exportleiter Marco di Gregorio, die Hälfte davon gehe in den Export. Binova ist seit 60 Jahren im Luxuskü-

Der Eingang zur Sadecc ist ein Entwurf des Stararchitekten Jean Nouvel. Sie fand vom 1. bis 4. Oktober im Pavillon 6 im Parc des Expositions statt.



Zeitgleich zur Sadecc ließ sich bis zum 3. Oktober noch der eingepackte Arc de Triomphe bestaunen, nach dem Entwurf von Christo und Jeanne Claude

Cédric Gauchet führt die Geschäfte des Küchen- und Badmöbelproduzenten Discac. Die Küchen sind im unteren Preissegment angesiedelt und punkten mit der schnellen Lieferzeit von zwei Wochen.





Stéphane Tréboux, Inhaber und Geschäftsführer von Cuisines Morel und Sagne Cuisines, freut sich über steigende Umsätze von dreißig Prozent



Alexandre Klutchko vertritt exklusiv Liebherr, Falmec und Asco auf dem französischen Markt



Auch hier steckt Nobilia drin: im Franchiseunternehmen Cuisines Références. Nobilia schluckte 2015 die FDB Gruppe, zu der das Unternehmen gehört.

chensegment unterwegs. Auf der Sadecc war man das erste Mal. Man stehe auch mit ein bis zwei Klienten in Deutschland in Kontakt, wo die Italiener auch Potentiale sehen. Zu den Küchen werden Wohn- und Badmöbel angeboten. Als neue Oberfläche wurde das Avola-System vorgestellt, längs strukturierte Fronten in Stein und Holz.

Aus dem Gerätesektor waren u. a. Bora, Miele, Küppersbusch/Teka, Smeg und V-Zug vertreten. **Liebherr, Falmec** und **Asco** waren auf einem Stand vereint. Das, erklärte Alexandre Klutchko vom Unternehmen Eberhardt, liege daran, dass Eberhardt der exklusive Importeur dieser Marken sei. Das Familienunternehmen macht mit 180 Mitarbeitern rund 160 Millionen Euro Umsatz für den privaten Kunden und in der Profigastronomie. Liebherr sei die stärkste Marke im Portfolio. Die Kühlschränke würden neun Prozent Marktanteil in Frankreich haben, Nummer eins sei hier Samsung. Bei den Gefrierschränken liege

Liebherr auf Platz zwei nach Whirlpool. Besonders wichtig sei in Frankreich das Angebot von Weinkühlschränken. Als Einbaugeräte gibt es sie nun in allen Maßen von 45 cm bis 1,70 Meter und mit Tip open.

Traditionell ist auch der Handel und hier besonders die Franchise-Systeme stark auf der Sadecc vertreten. **Cuisines Références** ist ein Franchiseunternehmen, das 1989 gegründet wurde. Jean-Francois Charvat ist der Geschäftsleiter. 105 Partner gibt es in Frankreich. Das Wachstum ist außerordentlich. Dieses Jahr sind fast zwanzig neue Geschäfte dazugekommen, der Umsatz wird von 54 Millionen auf 70 Millionen Euro steigen. Cuisines Références ist Teil der FDB Gruppe, die seit 2015 zu Nobilia gehört. In den Studios werden neben Nobilia auch Küchen von Schüller, Discac und Sagne angeboten zu einem durchschnittlichen Verkaufspreis von neuntausend Euro. Der Plan für die nächsten fünf Jahre sieht vor, jedes Jahr fünfzehn bis zwanzig weitere Geschäfte zu eröffnen und die 100-Millionen-Grenze zu knacken.

Darty Cuisine ist seit 14 Jahren im Handel aktiv, 12 Jahre davon mit Einbauküchen, und wurde vor vier Jahren von der FNAC gekauft. Im Sortiment sind Beckermann, Schüller und Armory, die als Eigenmarke Tratto Cucine produzieren. Arbeitsplatten und alles Zubehör kommen nach Möglichkeit von französischen Herstellern. Es gibt über 380 Darty-Filialen in Frankreich und international. 2015 wurde das Franchise-System für Küchen eingeführt, zu dem bis jetzt 60 Geschäfte zählen. Aktuell hat man hier die Möblierung von Dressing-Raum und Schlafzimmereinrichtung mit aufgenommen. Darty Cuisines macht etwa 150 Millionen Euro Umsatz in Frankreich und Belgien. Ziel sei es, informierte Benoit Arnaud, Franchise-Entwickler bei FNAC Darty, in den nächsten fünf Jahren 150 weitere Geschäfte zu eröffnen. (cht) ■

Entwicklung des französischen Küchenmarktes

Drei komplette und harte Lockdowns haben Frankreich 2020 getroffen und Industrie und Handel für drei Monate auf Eis gelegt. Die Corona-Pandemie hatte damit dort weit aus gravierendere wirtschaftliche Folgen als in Deutschland. Für die Küchenmöbel ging es noch moderat bergab, da auch hier nach den Lockdowns die Nachfrage stark anzog. Insgesamt verzeichnete der französische Küchenmöbelmarkt 2020 ein Minus von 2,9 Prozent. Im Vergleich: 2019 stieg der Umsatz mit Küchenmöbeln in Frankreich um 6,2 auf 3,61 Milliarden Euro. Bei den Elektrogeräten ging es 3,7 Prozent bergauf und der Umsatz im Küchenhandel wuchs sogar um acht Prozent. Für 2021 wird nun ein Wachstum von drei bis fünf Prozent prognostiziert. Allein 200 neue Küchenstudios eröffneten. Anders als in Deutschland werden in Frankreich fast zwanzig Prozent der verkauften Küchen importiert, 2019 im Wert von 568 Millionen. Deutschland ist mit einem Anteil von 63,4 Prozent der mit Abstand größte Lieferant für den französischen Küchenmarkt, gefolgt von Spanien mit 11,8 Prozent und Italien mit 11 Prozent. (Stand 2019) (Quelle l'IPEA)