

Pressemeldung

Köln-Frankfurt/Main

06. Februar 2065

Beate Schraml
Leiterin GPK

Frangenheimstr. 6
50931 Köln

Tel.: 0221/940 83-20

beate.schraml@hwb.online
www.hwb.online

Koch- und Tischkultur 2025: Umsätze nahezu auf Vorjahresniveau

Fachhandel bleibt starker Distributionskanal

Trotz wirtschaftlich schwieriger Rahmenbedingungen zeigt die Branche rund um Tisch und Küche mit fast 6 Milliarden Euro Umsatz 2025 eine hohe Marktstabilität. Einen wichtigen Anteil daran hat der Facheinzelhandel, dessen Bedeutung als Distributionskanal seit Jahren nahezu unverändert ist. Erklärtes Ziel des Handelsverbands Koch- und Tischkultur ist es, die Zusammenarbeit zwischen Handel und Lieferanten weiter zu intensivieren, um gemeinsam die Herausforderungen der Zukunft zu meistern.

Im Kontext der gesamtwirtschaftlichen Lage, die sich auch 2025 nicht wie erhofft verbesserte, kann die Branche rund um Tisch und Küche ein erfreulich stabiles Ergebnis vermelden. Nach Berechnungen des Instituts für Handelsforschung in Köln (IfH) wurde mit 5,99 Milliarden Euro Bruttoumsatz das Ergebnis des Vorjahres nur ganz knapp verfehlt. Dies entspricht einem marginalen Minus von 0,2 Prozent.

Auch in den Teilmärkten spiegelt sich diese Entwicklung wider. Der mengenmäßig größte Bereich „Cucina“ mit einem Marktvolumen von 3,19 Milliarden Euro weist gegenüber dem Vorjahr eben dieses leichte Minus von 0,2 Prozent aus. Im Vorjahr betrug der Umsatz mit Küchenausstattung, Koch-, Brat- und Backgeschirr 3,20 Milliarden Euro. Das Segment „Tavola“ – Tafelgeschirr, Bestecke und Gläser – verzeichnet für 2025 einen moderaten Rückgang von 1,67 auf 1,64 Milliarden Euro Umsatz. Dies bedeutet ein Minus von 1,4 Prozent. Positive Zahlen weist wie schon im Vorjahr der Teilbereich „Domus“ aus. Das Geschäft mit Wohnaccessoires, Dekoration und Geschenkartikeln konnte um 1,3 Prozent auf 1,14 Milliarden Euro (2024: 1,13 Milliarden Euro) zulegen.

Ein Umsatzplus kann auch der Gesamtmarkt der Elektro-Kleingeräte ausweisen, von denen jedoch nur ein Teil der Küchen- und Haushaltswarenbranche zugerechnet wird. Laut Hemix (Home Electronics Market Index) wurde in den ersten drei Quartalen 2025 ein Umsatz von 5,07 Milliarden Euro erwirtschaftet, nach 4,98 Milliarden Euro im Jahr 2024. Dies entspricht einem Plus von 1,9 Prozent. Technische Innovationen und smarte Lösungen sind beim Endverbraucher gefragt.

2025: Branchentagung und Zukunftsdialog

Für den Handelsverband Koch- und Tischkultur war das Jahr 2025 geprägt vom Re-Start der GPK-Branchentagung, die am 3. und 4. Juni in Mannheim stattfand. Nach sechs Jahren Pause waren die Erwartungen an die Veranstaltung hoch. Über 100 Teilnehmer (Händler, Lieferanten und Dienstleister) folgten der Einladung des GPK-Handelsverbandes und sie wurden nicht enttäuscht. Der abwechslungsreiche Mix aus Expertenvorträgen und Workshops zu aktuellen Themen wie E-Commerce oder Social Media kam sehr gut an. „Gemeinsam Zukunft gestalten!“, das Motto der Tagung war mit Bedacht gewählt und wurde in Mannheim mit Leben gefüllt. So standen das Miteinander und der intensive Dialog im Mittelpunkt, um die Branche gemeinsam zukunftsfit zu machen. „Networking at its best“ hieß es beim Branchenabend im Bootshaus. „Ich freue mich sehr, dass die Teilnehmer von der Tagung und dem Programm so begeistert waren. Es herrschte eine allseits spürbar familiäre Atmosphäre!“, fasste Michael Berz, Präsident des Handelsverbandes Koch- und Tischkultur, die Tage in Mannheim zusammen. Das erklärte Ziel ist es, die Handelnden der Branche näher zusammenzubringen.

Vor diesem Hintergrund ist auch die Gründung des Arbeitskreises „Zukunftsdialog“ zu sehen. Am 30. Oktober 2025 trafen sich rund 20 Teilnehmer aus Handel, Industrie und Verbundgruppe in Köln zur Auftaktsitzung, die unter dem Motto „Starke Marke – starker Handel“ stand. Nach fünf Stunden intensivem Austausch waren die ersten gemeinsamen Aktivitäten initiiert und To dos formuliert. Am 5. Mai wird die Arbeitsgruppe in Frankfurt/Main erneut zusammenkommen. Im Fokus steht dann das Thema „Digitalisierung“.

Fachhandel bleibt starker Distributionskanal

Ein guter Indikator für den Besuch der Innenstädte und damit auch der Einzelhandelsgeschäfte ist die Auswertung der Passantenfrequenzen durch hystreet.com. Trotz Konsumzurückhaltung und hoher Preissensibilität der Kunden, blieb die gemessene Frequenz mit -0,6 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau. Allgemein gesagt, gab es bei den mittleren Städten leichte Zuwächse, denen leichte Rückgänge in den größten Metropolen gegenüberstehen. Stabile Frequenzen bedeuten jedoch nicht automatisch stabile Umsätze im Einzelhandel oder der Gastronomie. Zu berücksichtigen sind hier Verweildauer, die Höhe der getätigten Einkäufe, sprich die Höhe des Kassensbons u.v.m.

Ebenso stabil wie der Gesamtumsatz der Branche stellen sich die Zahlen zur Distribution im GPK/Hausrat-Bereich dar. Hier gab es nur geringfügige Verschiebungen. Wie in den Vorjahren werden rund 27 Prozent des Branchenumsatzes in Fachgeschäften getätigt. „Es stimmt uns positiv, dass die Kunden die Produkte rund um Tisch und Küche sowie Wohnaccessoires nach wie vor gerne im Fachgeschäft kaufen. Seit vielen Jahren ist der prozentuale Anteil des Fachhandels nahezu unverändert. Die Internetspezialisten nehmen dem GPK Fachhandel weiterhin keine Marktanteile ab, im Gegensatz zu anderen Branchen. Dies spricht für die Stärke des inhabergeführten Fachhandels und gibt uns Vertrauen für die Zukunft,“ so Michael Berz.

Dem Fachhandel folgen mit weitem Abstand die Internetspezialisten mit 11 Prozent, der Möbelhandel mit 10 Prozent, Lebensmittelhandel und Discounter mit 9 Prozent sowie Kauf- und Warenhäuser mit 6 Prozent sowie SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte ebenfalls mit 6 Prozent.

Wie geht die Entwicklung 2026 weiter?

Die Entwicklung für das laufende Jahr einzuschätzen, ist mehr als schwierig. Es gibt viele Faktoren, die darauf hindeuten, dass auch 2026 ein äußerst anspruchsvolles Jahr für den Facheinzelhandel wird. Die Verunsicherung bei den Verbrauchern sitzt tief. Angefangen bei den geopolitischen Brandherden und dem Handelsstreit mit den USA, die wirtschaftliche Krisen nach sich ziehen und einen verstärkten Abbau von Arbeitsplätzen zur Folge haben können. Die Angst vor dem Verlust des Arbeitsplatzes verstärkt die Sparneigung, somit steht weniger Geld für den

Konsum zur Verfügung. Darüber hinaus muss sich der Onlinehandel mit der zunehmenden Konkurrenz durch chinesische Plattformen wie Temu und Shein und deren Dumpingpreisen auseinandersetzen, was auch Auswirkungen auf den stationären Fachhandel hat. Auch Social-Shopping über TikTok und Instagram ist im Aufwind.

Gleichzeitig verliert der Fachhandel weiterhin Verkaufsstellen, sei es aus Altersgründen, wegen fehlender Nachfolger oder unzureichender Wirtschaftlichkeit. Der zum Jahresanfang gestiegene Mindestlohn belastet die Betriebe der Einzelhändler zusätzlich. „Unsere dringenden Forderungen an die politisch Verantwortlichen lauten nach wie vor Bürokratieabbau, steuerliche Entlastungen sowie gezielte Förderprogramme für Digitalisierung und KI-Pilotprojekte im Handel. Nur dann kann sich der Fachhandel zukunftsfit aufstellen und nachhaltig ertragreich wirtschaften“, so Christian Haeser, Geschäftsführer des Handelsverbandes Wohnen und Büro.

Auf der anderen Seite gibt es auch Indizien, die Hoffnung machen: Eine NIQ-Studie (Nielsen IQ) hat errechnet, dass die Kaufkraft der Deutschen 2026 um 5 Prozent steigt. Dies sollte sich in den Geschäften unserer Branche bemerkbar machen, da sich die Menschen gerade in unsicheren Zeiten gerne in die eigenen „vier Wände“ zurückziehen. Man will sich etwas gönnen und das Zuhause schön gestalten. Laut ifo-Geschäftsklimaindex zeigen sich die Handelsunternehmen Ende Januar 2026 etwas zufriedener als im Vormonat. „In der jetzigen Situation sind weiterhin mutiges Unternehmertum und die klassische Handelstugenden gefragt: also Nähe zum Kunden, Serviceangebote und ein individuelles, kuratiertes Sortiment“, bringt Michael Berz die Situation der GPK-Händler auf den Punkt.

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur wird 2026 den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen und die Zusammenarbeit zwischen Handel und Lieferanten intensivieren, u.a. mit der Fortführung des Arbeitskreises „Zukunftsdialog“. Außerdem haben die Planungen für die nächste Branchentagung begonnen. Notieren Sie sich schon jetzt den Termin: Sie wird am 11. und 12. Mai 2027 in Würzburg stattfinden.

Weitere Informationen:
Beate Schraml (Leiterin GPK)
beate.schraml@hwb.online
Tel. 0221/94083-20



Foto: Save the Date: Die nächste GPK-Branchentagung wird am 11. und 12. Mai 2027 in Würzburg stattfinden.

Der Handelsverband Koch- und Tischkultur (GPK) ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung von über 4.000 Fachgeschäften mit Tisch-, Küchen- und Wohnaccessoires sowie Geschenkartikeln. Rund 20.000 Menschen sind in Voll- und Teilzeit beschäftigt. Der Branchenumsatz beläuft sich auf rund 6 Mrd. Euro (ohne Kerzen und Weihnachtsartikel). Der Handelsverband GPK ist dem Handelsverband Deutschland (HDE) angeschlossen.

Der Handelsverband Wohnen und Büro e.V. (HWB) ist die Dachorganisation des Handelsverbandes Möbel und Küchen (BVDM), des Handelsverbandes Büro und Schreibkultur (HBS) sowie des Handelsverbandes Koch- und Tischkultur (GPK). Er ist die berufspolitische und fachliche Interessenvertretung des Fachhandels der entsprechenden Branchen in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen von rund 15.000 Unternehmen.

Der HWB gehört der Handelsorganisation an, an deren Spitze der Handelsverband Deutschland (HDE) mit seinen Büros in Berlin und Brüssel steht. Die Mitglieder der Fachverbände sind die Landesverbände der Handelsorganisation und damit die dort organisierten Fachhändler sowie Großhändler.