Pressemeldung

Fünf Jahre Kvik in Hamburg: Wie ein dänisches Küchenkonzept die Hansestadt eroberte – und Deutschland

Als Kvik vor fünf Jahren sein erstes deutsches Studio in der Hamburger Altstadt eröffnete, war das mehr als nur ein neuer Standort auf der Landkarte: Es war der Eintritt der dänischen Küchenmarke in einen Markt, der seit Jahrzehnten von etablierten Playern besetzt war. Fünf Jahre, eine Pandemie, zwei Kriege und eine hohe Inflation später steht fest: Der Schritt hat sich gelohnt.

1.200 Küchen, über 4.000 Beratungsgespräche und als nächstes Großprojekt ein Dachausbau mit 22 individuellen Küchen: Das Kvik Studio in der Hamburger Altstadt zieht fünf Jahre nach der Eröffnung Bilanz – und Franchisepartner Ralph Munk Nissen blickt nicht nur zufrieden zurück, sondern auch nach vorn.

„Es war schwer einzuschätzen, wie Hamburg auf uns reagieren würde – wir waren schließlich das erste Studio in Deutschland", erinnert sich Ralph Munk Nissen an die Anfangszeit. „Aber ich hatte immer ein gutes Bauchgefühl. Das hat sich bestätigt: Die Buchungen waren von Anfang an rekordverdächtig, wir kamen kaum hinterher."

Vom New Kid on the Block zur festen Größe – in unruhigen Zeiten

Nach dem Start mitten in der Pandemie hat sich das Kvik Studio fest in Hamburg etabliert. Über 1.200 Küchen haben die dänischen Franchisepartner Ralph Munk Nissen und seine Geschäftspartnerin und Ehefrau Mai Nissen seit der Eröffnung verkauft, mehr als 4.000 Beratungsgespräche – inklusive Folgeterminen – verzeichnet das Studio seit 2021.

Die Projekte reichen von der kleinen Teeküche bis zur kompletten Ausstattung ganzer Häuser. Besonders stolz ist Ralph Munk Nissen auf das, was in den Zahlen nicht unmittelbar sichtbar wird: der Zeitpunkt, zu dem das Wachstum stattfand. „Dass wir es trotz Corona, dem Krieg in der Ukraine, hoher Inflation, vieler Preissteigerungen, dem Konflikt im Iran und allem, was die Welt sonst noch bereithielt, geschafft haben, ein Unternehmen in einem echten Hochrisiko-Kaufsegment aufzubauen und uns Jahr für Jahr weiter zu steigern – das macht uns unglaublich stolz."

Dänisches Design, ein bisschen Hamburger Pragmatismus

Was Kundinnen und Kunden bei Kvik suchen, hat sich in fünf Jahren kaum verändert – wie sie es formulieren, umso mehr. Dänisches Design und die Überzeugung „Form follows Function" bleiben ebenso gefragt wie Preistransparenz und schnelle Lieferzeiten. Auch das Kvik Konzept der „geselligen Küche" – die Küche als Lebens- und Begegnungsraum statt reiner Funktionsfläche – kommt gut an, wenngleich es seltener ausschlaggebend für den Kauf ist.

Was sich allerdings verändert hat, ist das Tempo, mit dem die Kunden selbst unterwegs sind: „Die Erwartungen in Hamburg sind hoch, das war schon bei der Eröffnung so", so Ralph Munk Nissen. „Was aber merklich abgenommen hat, sind Geduld und lösungsorientiertes Denken. Die Welt dreht sich schneller und unvorhersehbarer – das spüren wir auch bei vielen Gesprächen."

Dabei lässt sich nicht jeder Kundenwunsch eins zu eins umsetzen. „Viele lassen sich von Instagram-Posts inspirieren – und dann geht in der Praxis vieles nicht oder ergibt in der konkreten Wohnsituation keinen Sinn", berichtet der Hamburger Franchisepartner.

Zahlen, die die Zeit erzählt

Auch die Preisvorstellung verändert sich im Beratungsgespräch häufig, weil Kundinnen und Kunden zu Beginn kaum einschätzen können, was eine Küche tatsächlich kostet. Zwischen 8.500 und 35.000 Euro geben Hamburgerinnen und Hamburger für ihre neue Küche aus, am häufigsten liegt das Budget zwischen 12.000 und 25.000 Euro.

Seit 2021 sind die Kosten für Material und Montage im Schnitt um 35 bis 40 Prozent gestiegen, teils auch deutlich mehr – eine Entwicklung, die sich unmittelbar auf die Branche auswirkt, auch beim Thema Fachkräfte. „Das ist einer der schwierigsten Teile der Branche, den man wirklich im Griff behalten muss", so Ralph Munk Nissen. „Mittlerweile haben wir aber gute Partner sowie eigene Teams im Einsatz." Beim Thema Montage hat sich der Hamburger Markt übrigens eindeutig positioniert – 95 bis 97 Prozent der Kunden entscheiden sich für den Vollservice, Eigenmontage bleibt die Ausnahme.

Finanzierungsangebote nutzen dabei nur wenige – und die meisten investieren, wenn sie umziehen, sanieren oder neu bauen. Denn während Bestandswohnungen und -häuser in Hamburg nach wie vor überwiegen, wächst auch der Anteil der Neubauprojekte.

Wettbewerber und local Heroes

Als dänischer Hersteller ist Kvik dem deutschen Küchenmarkt bei Design und vor allem bei Farben nach eigener Einschätzung rund ein bis zwei Jahre voraus. Der Trend der vergangenen Jahre: weg von kühlen, glatten Oberflächen, hin zu natürlicheren, wärmeren Tönen. Kein Wunder, dass das meistverkaufte Modell der vergangenen fünf Jahre die Mano ist, Kvik's „Hero Kitchen". Sie steht sinnbildlich für das, was Kundinnen und Kunden hier suchen: klares dänisches Design mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, zeitlose Farben – und Vertrauen in die Beratung im Studio.

In einer Stadt mit großen Möbelhäusern und starken deutschen Küchenmarken positioniert sich Kvik bewusst mit seinem Konzeptstore. „Es gibt in Deutschland sehr starke Marken und gute Qualität, davor brauchen wir uns nicht verstecken", sagt Ralph Munk Nissen. „Unser Design, unsere Formsprache, Preistransparenz, schnelle Lieferung, Qualität und Farben, das alles spricht für sich." Auch fünf Jahre nach der Eröffnung sieht er für das eigene Preissegment ein klares Alleinstellungsmerkmal im Hamburger Markt – von Sättigung könne trotz vieler Wettbewerber keine Rede sein.

Der Erfolg hat Kreise gezogen: Mittlerweile gibt es Kvik Studios in weiteren Städten. Der gelungene Markteintritt in Deutschland hat den Weg für die Expansion der Marke gewiesen, und das auch über den Norden hinaus. Heute gibt es Kvik Studios in Berlin, Bremen, Hannover, Köln, Lübeck, und Düsseldorf (Eröffnung am 17. September 2026) – und weitere Standorte sind in der Planung.

Der Blick nach vorn

In Hamburg wartet nun das derzeit anspruchsvollste Projekt der vergangenen Jahre auf seine Fertigstellung: ein Dachausbau, bei dem Ralph Munk Nissen und sein Team 22 individuelle Küchen einbauen – ein Projekt, das sich über den Jahreswechsel 2026/27 ziehen wird. Für die kommenden fünf Jahre hat er einen klaren Wunsch: „Dass wir weiter wachsen und weitere Marktanteile gewinnen können." Nach einem Start, der schneller lief als erwartet, und fünf Jahren, die turbulenter waren als geahnt, ist das im Kvik Studio Hamburg Altstadt eine Ansage mit Erfahrung im Rücken.

Über Kvik

Seit 1983 liefert Kvik dänisches Design zu überraschend niedrigen Preisen. Heute hat Kvik mehr als 180 im Franchising geführte Studios in 13 Ländern. Kvik ist Teil des schwedischen Konzerns Ballingslöv International AB, der zu den führenden Akteuren im Bereich Küche und Bad in Europa gehört. Kvik entwickelt seine Produkte mit guten Absichten: So kommen bei allen Küchendesigns u.a. recycelte Materialien zum Einsatz. Auf Wunsch kann Kvik seinen Kunden zu jedem Produkt den ökologischen Fußabdruck mitteilen. Erfahren Sie mehr über das Unternehmen unter www.kvik.de und über Kviks Weg zur Nachhaltigkeit unter https://www.kvik.de/uber-kvik/nachhaltigkeit.

Pressekontakt

Lisa-Marie Dorland I redroses communications I Mail: l.dorland@redroses-pr.com I
Mobil: +49 (0)172 416 42 14