

## PRESSE-INFORMATION

**Neue Expertenstudie „Markt:Monitor Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2014“ zeichnet eine Branche mit Potenzial**

### Zwischen Preisdruck und Kompetenzstrategien

**Köln/München.** Mit rund 7 Prozent Marktanteil (2013) spielt der E-Commerce-Umsatz nur eine relative Rolle. Doch „die Bedeutung des Online-Handels wird auch im Bereich Gardinen und innenliegender Sicht- und Sonnenschutz weiter zunehmen“, ist Martin Auerbach, Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V., Wuppertal, überzeugt. Dabei räumt er dem stationären Handel durchaus Zukunftschancen ein. In der Tat beinhaltet die jetzt neu aufgelegte Kooperationsstudie „Markt:Monitor Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2014“ von BBE Handelsberatung und Marketmedia24 positive Signale. So gaben die Deutschen 2013 durchschnittlich 7,5 Prozent mehr für Sicht- und Sonnenschutz sowie Gardinen aus als im Jahr 2009. Offenbar hat sich das zeitweise verpönte „Fensterkleid“ seinen Platz im aktuellen Homing-Wohlfühlbestreben zurück erobert. Auch die Marktszenarien in der Studie stimmen zuversichtlich, denn bis zum Jahr 2020 ist durchaus ein Marktwachstum auf bis zu 3,07 Milliarden Euro (zu Endverbraucherpreisen) drin.

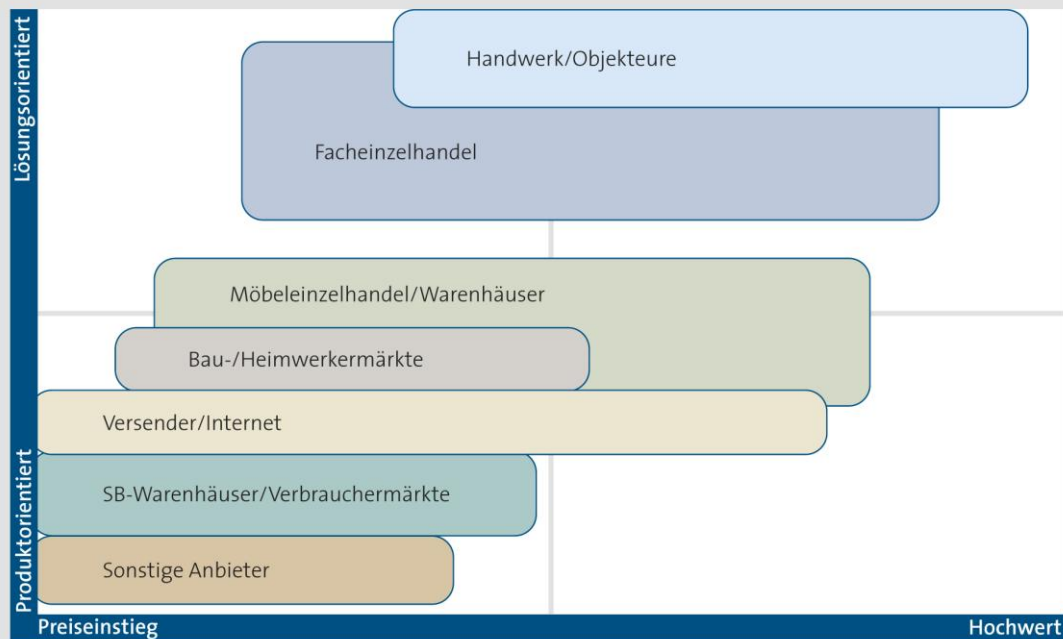
Drei Jahre nach Erscheinen der ersten Studie „Markt:Monitor Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz“ haben Marktanalytiker und Experten die Branche, deren Teilnehmer, Entwicklungen und Perspektiven komplett neu unter die Lupe genommen. Es entstand das Bild einer Branche im Spannungsfeld zwischen Wohnmoden und Funktionen, Megatrends und Innovationen sowie zwischen Preisdruck und Kompetenzstrategien. Marktfaktoren, welche Marktkenner wie u.a. Martin Auerbach und Barbara Schmidt-Zock (Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie), Ulrike Wechsung (Heimtextil, Messe Frankfurt), Harry Gatterer (Zukunftsinstitut) sowie Stefan Mues (Elaboratum) auch aus ihrer Branchensicht in der neuen Studie beleuchten.

Dabei wird deutlich, dass der Markt wieder an Fahrt gewinnt. Davon werden allerdings nicht alle betrachteten neun Warengruppen gleichermaßen beflügelt. Das Marktvolumen für Sicht- und Sonnenschutz sowie Gardinen insgesamt wuchs von 2009 bis 2013 um über 6 Prozent. Um jeweils mehr als 20 Prozent legten in dieser Zeit die Teilmärkte „Plissees“ und „Rollos“ zu, während „gewebte Gardinstoffe“ um fast 16 Prozent absackten.

Bei dieser Marktentwicklung schlagen die sich wandelnde Wohnmode sowie technische Innovationen, Bequemlichkeitsaspekte und Zusatzfunktionen stark zu Buche. Außerdem wächst mit Qualitätsmehrwerten die Preisbereitschaft für individuelle Lösungen, sind sich die Experten einig. Davon profitieren die verschiedenen Handelsformate in unterschiedlicher Intensität.

## BBE-MARKT:MONITOR „Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2014“

Die wichtigsten Handelsformate für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz und ihre Positionierung



QUELLE BBE Handelsberatung (München), Marketmedia24 (Köln)

Mit steigendem Wohnbewusstsein wächst das Beratungsinteresse der Konsumenten, deren Nachfrage immer stärker Lösungen statt Produkte fokussiert. Davon profitieren vor allem Handwerk/Objekteure: mit fast 27 Prozent (2013) Marktanteil die Nummer eins unter den Vertriebswegen. Handwerkliche Leistungen und Beratungsintensität halten den Vertriebsweg Versender/Internet noch in Schach (Marktanteil rund 7 Prozent). Doch Experten schließen auch für die Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz-Branche ein unsanftes Erwachen nicht aus.

So wuchs zum Beispiel der Marktanteil des Möbelhandels im Zeitraum zwischen 2009 bis 2013 um über 9 Prozent. Doch „vielen Möblern sind sowohl der Bereich Raumausstattung als auch die Funktionsbereiche Sicht- und Sonnenschutz meist nicht ausreichend bekannt“, weiß BBE-Branchenexperte Sebastian Deppe und deutet damit das durchaus vorhandene Potenzial für diesen Vertriebsweg an. Vor allem die zunehmende handwerkliche Komponente, von der insbesondere Handwerk und Objekteure profitieren, mache es den Möblern schwer, auf diesen Zug aufzuspringen.

Parallel klopft der virtuelle Wettbewerb an die Markttüre. Das könnte ein unsanftes Erwachen werden, denn Elaboratum-Geschäftsführer Stefan Mues schätzt, dass der Online-Anteil bei allen Konsumgüterbranchen künftig zwischen 10 und 15 Prozent liegen könnte. Noch schütze vor allem die Beratungsintensität der Sicht- und Sonnenschutz-Branche vor einem „Zalando-Effekt“. Doch vor allem Möbel-Portale haben sich bereits mit Produkten der Branche aufgestellt. Fest steht, dass die Kunden im Internet unterwegs sind, nicht zuletzt, um eine Einkaufsquelle in ihrer näheren Umgebung zu finden. Darum ist eine Internetpräsenz zumindest als Kontaktplattform für Fachbetriebe der Branche immer wichtiger. Stefan Mues hält Multichannel-Strategien sogar für zwingend. Er erwartet allerdings auch, dass es künftig zu einem stärkeren Ausleseprozess kommt: „Das digitale Prekariat versus digitale Nutznießer“ nennt er diesen Prozess.

Die neue BBE-Studie „Markt:Monitor Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2014“ ist zum Preis von 650,00 Euro zzgl. MwSt. in Kürze zu beziehen unter [studien@marketmedia24.de](mailto:studien@marketmedia24.de), Stichwort: SiSo 2014 oder sie steht zum direkten Download unter [www.marktdaten24.com](http://www.marktdaten24.com) bereit.

4.400 Zeichen inkl. Leerzeichen | 568 Wörter

## Ihr Kontakt

Sonja Koschel  
Telefon +49(0)2236 3316931  
[koschel@marketmedia24.de](mailto:koschel@marketmedia24.de)

Der Abdruck ist honorarfrei.  
Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels.

---

Die Marktanalyse- und Beratungsspezialisten von **Marketmedia24** erstellen aktuelle und prognostische Markt- und Handelsdaten in vielen Konsumgütermärkten als zielgenaue Entscheidungshilfen für Ihren Unternehmenserfolg. Darauf aufbauend sorgt Marketmedia24 für Ihren strategischen Vorsprung: Im Auftrag erstellen wir fundierte Branchenexpertisen, leiten daraus Wettbewerbsanalysen, Trendreports, Sortiments- und Vertriebsstrategien ab.

Die **BBE Handelsberatung** mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 50 Jahren Einzelhandelsunternehmen aller Branchen und Größen in Fragen der Marktpositionierung, strategischen Ausrichtung, Expansion und betriebswirtschaftlichen Optimierung. Die BBE verfügt über Spezialisten für jede Branche im Einzelhandel. Die Markt-, Konsum- und Trendforschung in Kooperation mit Hochschulen, liefert aktuellste Markt- und Unternehmensdaten mit hohem Praxisbezug für die Geschäftsbereiche Unternehmens-, Standort- und Immobilienberatung.