

## PRESSE-INFO

„Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021“ zeigt Umsatzchancen bis zum Jahr 2028

### Europäer haben Lust auf Neues

**Köln.** Global gesehen sind sie engste Nachbarn: Die Deutschen, Österreicher, Schweizer, Engländer, Italiener und Franzosen. Nachbarn, die vieles gemeinsam haben. So ist die Lust auf Neues für alle einer der wichtigsten Anschaffungsgründe für neue Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte. Das ergab eine repräsentative internationale Verbraucherbefragung, die Marketmedia24, Köln, in Kooperation mit dem Technologieunternehmen BitBurst GmbH, Monheim am Rhein, durchgeführt hat. Gemeinsamkeiten aber auch länderspezifische Unterschiede sind jetzt veröffentlicht im neuen „Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021“. Darin: zielgruppenspezifische Antworten auf Fragen nach Kaufkriterien, präferierten Shopping-Kanälen und Anschaffungsplänen in sechs europäischen Ländern. Dabei kristallisieren sich für die Branche noch im laufenden Jahr gute Umsatzchancen heraus. Das zeigen die Zukunftsszenarien von Marketmedia24. Anhand wissenschaftlicher Methoden werden dabei drei fundierte Modelle bis zum Jahr 2028 für Gardinen sowie innenliegenden Sicht- und Sonnenschutz aufgezeigt. Danach winkt der deutschen Branche beispielsweise im Best-Case-Szenario („Cocooningszenario“) bis 2028 ein Anstieg um 29 Prozent auf 4,3 Milliarden Euro. Ein Wachstum, an dem jedoch nicht alle Warengruppen beteiligt sein werden.

Für den „Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021“ wurden im Zeitraum März bis Mai 2021 insgesamt 3.473 Personen ab 18 Jahren rund um das Thema Fensterausstattung befragt. Die Antworten geben nicht nur tiefe Einblicke in das länderspezifische Kaufverhalten, sondern auch in die Motive und Pläne der nach Geschlechtern, Alters- und Einkommensklassen, Haushaltsgrößen und Wohnsituation spezifizierten Zielgruppen. So präferieren beispielsweise in Italien fast alle Generationen Fachhändler und Raumausstatter als wichtigste Einkaufsquelle, während das in Deutschland vorzugsweise bei den älteren Semestern der Fall ist. Und während in Deutschland, Österreich und der Schweiz jeweils nichts über die Optik als Kaufgrund für eine neue Fensterausstattung geht, hat in Italien (79,8 Prozent) und Frankreich (78,3 Prozent) das Material eine weitaus höhere Priorität. In Großbritannien dagegen muss in erster Linie der Preis (71,0 Prozent) stimmen.

Trends, die auch in der Zukunft weiterlaufen werden, selbst wenn die aktuellen Antworten unter den Vorzeichen der Corona-Pandemie gegeben wurden. Eine Rahmenbedingung, die den Markt für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz positiv „aus dem Tritt geraten“ ließ. Denn während in Deutschland die Umsätze von 2010 bis 2019 fast ununterbrochen im Jahresdurchschnitt um 2 Prozent stiegen, stürzte der Umsatz im Corona-Jahr 2020 nicht wie in vielen anderen Konsumgütermärkten ab, sondern erfuhr einen Wachstumsschub von fast 9 Prozent. Damit gehören Gardinen sowie innenliegender Sicht- und Sonnenschutz begünstigt von Homing, Homeoffice, Lockdown-Beschränkungen und höherem frei verfügbarem Einkommen zu den „Krisengewinnern“.

Für die Mehrheit der Vertriebswege geben sich die Zukunftsszenarien im „Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021“ verhalten optimistisch. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich die Distributionsformate in Deutschland bis 2028 ihren bisherigen Wachstums-, Stagnations- oder Schrumpfungstrends entsprechend entwickeln. So haben 2020 die beiden führenden Shopping-Kanäle – stationärer Fachhandel und Fachmärkte sowie Möbelhandel – zwar vom steigenden Marktwachstum profitiert. Doch der Wettbewerb schläft auch in dieser Branche nicht. Die Marktforscher von Marketmedia24 erwarten, dass der Marktanteil des Online-Handels so weit ansteigt, dass er schon 2022 mit dann 20,8 Prozent Fach- und Möbelhandel als Marktführer ablöst und dass 2028 fast ein Viertel aller Umsätze mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukten online erwirtschaftet werden.

Die neue Studie „Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021“ liefert exklusive Ergebnisse einer Konsumentenforschung in sechs europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Frankreich, Großbritannien) sowie fundierte Markt- und Vertriebs-szenarien für die deutsche Branche bis zum Jahr 2028. Die Studie ist damit eine wichtige Orientierungshilfe für alle Marktakteure.

Der Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2021 umfasst 150 Seiten mit 83 Charts. Die Studie ist zum Preis von 1.450,00 Euro zzgl. MwSt. zu beziehen unter <https://www.marketmedia24.de/shop/studie/Gardinen-Sicht--und-Sonnenschutz-Europa-2021>

4.617 Zeichen inkl. Leerzeichen | 585 Wörter



[» High-res download Pressegrafik](#)



» [High-res download Pressegrafik](#)

#### Ihr Kontakt

Sonja Koschel  
Telefon +49 2236 3316931  
presse@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

**BitBurst** ist ein deutsches Technologieunternehmen mit Fokus auf mobile Marktforschung. Im Gründungsjahr 2015 veröffentlichte BitBurst die erste App und war damit einer der Vorreiter, der in Deutschland die Möglichkeit bot, mit dem Smartphone Geld zu verdienen. Drei Jahre später stieg BitBurst in die Forschungsbranche ein und entwickelte eine mobile App zum Ausfüllen von Umfragen. Mit dieser App erreichte BitBurst innerhalb von weniger als einem Jahr 1 Million Nutzer und schuf ein mit 4,5+ Sternen bewertetes, in Echtzeit bezahltes Umfragepanel für Nutzer auf der ganzen Welt. 2019 wurde die Technologie für andere App-Entwickler oder mobile Websites unter BitLabs geöffnet. Heute bietet BitBurst zusätzlich die Erstellung und Verwaltung eigener Umfragen von Kunden an. Zielgruppen mit Marktforschung weltweit zu verbinden, ist die Mission.

**Marketmedia24** ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten. Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte haut-nah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkennntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.