



Branchen-REPORT 2023

Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz

Mai 2023

Herausgeber

Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, D-50999 Köln, www.marketmedia24.de

Forschungspartner

NoceanZ GmbH, Würzburg

Kontakt

Sonja Koschel, Telefon +49 2236 3316931, koschel@marketmedia24.de

© Marketmedia24

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Marketmedia24. Alle Rechte vorbehalten.

Foto Titelseite: © Zragon – stock.adobe.com

Inhalt

| | | |
|----------|--|-----------|
| A | REPRÄSENTATIVE UND ZIELGRUPPENGENAUE KONSUMENT*INNEN-FORSCHUNG IN DEN LÄNDERN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ | |
| | Studiendesign der Konsument*innen-Forschung | 8 |
| | 1 — Anschaffungskompass | 9 |
| | 1.1 — Wann haben Sie zum letzten Mal Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz gekauft? | 9 |
| | 1.2 — Wann planen Sie Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz zu kaufen? | 10 |
| | 2 — Produkttrends | 12 |
| | 2.1 — Welche Produkte bevorzugen Sie bei einem Kauf? | 12 |
| | 2.2 — Wenn Sie an Ihre Fenster denken, welche Optik gefällt Ihnen sehr gut? | 13 |
| | 3 — Kaufkriterien | 16 |
| | 3.1 — Was ist für Sie beim Kauf von Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz sehr wichtig? | 16 |
| | 4 — Informationsquellen | 19 |
| | 4.1 — Wo suchen Sie bevorzugt Ideen, Trends und Impulse für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz? | 19 |
| B | DIE DEUTSCHE BRANCHE IN DER RÜCKSCHAU 2012 BIS 2022 | 21 |
| | 1 — Markt aktuell und Rückblick: Umsätze und Pro-Kopf-Ausgaben 2012 bis 2022 | 22 |
| | 1.1 — Markt insgesamt | 22 |
| | 1.2 — Gardinen: | |
| | Gewebter und gewirkter Gardinenstoff, konfektionierte Gardinen | 26 |
| | 1.2.1 Außenwirtschaft weltweit: Import- und Exportumsätze | 26 |
| | 1.2.2 Deutschland | 31 |
| | 1.3 — Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz: | |
| | Rollos, Raffrollos, Flächenvorhänge, Vertikaljalousien, Plissees, Horizontaljalousien | 33 |
| | 2 — Vertrieb aktuell und Rückblick: Marktanteile und Umsätze 2012 bis 2022 | 35 |
| | 2.1 — Facheinzelhandel/Fachmärkte | 39 |
| | 2.2 — Möbeleinzelhandel | 40 |
| | 2.3 — Handwerk/Objekteure | 42 |
| | 2.4 — Warenhäuser | 43 |
| | 2.5 — Versender/Online-Handel | 44 |
| | 2.6 — Discounter | 45 |
| | 2.7 — Bau- und Heimwerkermärkte | 46 |
| | 2.8 — Sonstige Anbieter | 47 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| C | DIE DEUTSCHE BRANCHE IN DER VORAUSSCHAU BIS ZUM JAHR 2030 | 48 |
| 1 | — Marktaussichten bis 2030 | 49 |
| 1.1 | — Blick zurück | 49 |
| 1.2 | — Blick nach vorn | 50 |
| 1.2.1 | Trend-Szenario | 50 |
| 1.2.2 | Best-Case-Szenario | 54 |
| 1.2.3 | Worst-Case-Szenario | 54 |
| 1.3 | — Umsatzszenarien | 55 |
| 1.3.1 | Markt insgesamt | 56 |
| 1.3.2 | Gewebter Gardinenstoff | 57 |
| 1.3.3 | Gewirkter Gardinenstoff | 58 |
| 1.3.4 | Konfektionierte Gardinen | 59 |
| 1.3.5 | Rollos und Raffrollos | 60 |
| 1.3.6 | Flächenvorhänge | 61 |
| 1.3.7 | Vertikaljalousien | 62 |
| 1.3.8 | Plissees | 63 |
| 1.3.9 | Horizontaljalousien | 64 |
| 2 | — Marktanteilsszenarien bis 2030 | 65 |
| 2.1 | — Marktanteilsszenarien | 65 |
| 2.2 | — Umsatzszenarien | 67 |
| 2.2.1 | Facheinzelhandel/Fachmärkte | 67 |
| 2.2.2 | Möbeleinzelhandel | 68 |
| 2.2.3 | Handwerk/Objekteure | 69 |
| 2.2.4 | Warenhäuser | 70 |
| 2.2.5 | Versender/Online-Handel | 71 |
| 2.2.6 | Discounter | 72 |
| 2.2.7 | Bau- und Heimwerkermärkte | 73 |
| 2.2.8 | Sonstige Anbieter | 74 |

Charts

| | | |
|-----------------|--|-----------|
| A | REPRÄSENTATIVE UND ZIELGRUPPENGENAUE KONSUMENT*INNEN-FORSCHUNG IN DEN LÄNDERN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ | 7 |
| Chart 1 | Studiendesign der Konsument*innen-Forschung | 8 |
| Chart 2 | Anschaffungskompass: Wann haben Sie zum letzten Mal gekauft? | 9 |
| Chart 3 | Anschaffungskompass: Wann planen Sie zu kaufen? | 10 |
| Chart 4 | Produktrends: Welche Produkte bevorzugen Sie? | 11 |
| Chart 5 | Produktrends: Welche Optik gefällt Ihnen sehr gut? | 12 |
| Chart 6 | Kaufkriterien: Was ist für Sie beim Kauf sehr wichtig? | 13 |
| Chart 7 | Informationsquellen: Wo suchen Sie Ideen, Trends und Impulse? | 13 |
| B | DIE DEUTSCHE BRANCHE IN DER RÜCKSCHAU 2012 BIS 2022 | 21 |
| Chart 8 | Marktumsatz in Deutschland insgesamt 2012 bis 2022 | 25 |
| Chart 9 | Gardinenstoff: Top 10 Lieferländer 2017 bis 2022 weltweit | 27 |
| Chart 10 | Gardinenstoff: Top 10 Ausfuhrländer 2017 bis 2022 weltweit | 28 |
| Chart 11 | Konfektionierte Gardinen: Top 10 Lieferländer 2017 bis 2022 weltweit | 29 |
| Chart 12 | Konfektionierte Gardinen: Top 10 Ausfuhrländer 2017 bis 2022 weltweit | 30 |
| Chart 13 | Gardinen insgesamt: Marktumsatz und Pro-Kopf-Ausgaben 2012 bis 2022 | 31 |
| Chart 14 | Gardinenmarkt nach Warengruppen: Umsätze 2012 bis 2022 | 32 |
| Chart 15 | Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz insgesamt: Marktumsatz und Pro-Kopf-Ausgaben 2012 bis 2022 | 33 |
| Chart 16 | Innenliegender Sicht- und Sonnenschutz nach Warengruppen: Umsätze 2012 bis 2022 | 34 |
| Chart 17 | Marktanteile der Vertriebswege 2012 bis 2022 | 36 |
| Chart 18 | Marktanteile der Vertriebswege im Jahresvergleich 2022:2012 | 36 |
| Chart 19 | Umsatz der Vertriebswege 2012 bis 2022 | 38 |

| | | |
|-----------------|---|----|
| Chart 20 | Umsatz der Facheinzelhandels und der Fachmärkte 2012 bis 2022 | 40 |
| Chart 21 | Umsatz des Möbeleinzelhandels 2012 bis 2022 | 41 |
| Chart 22 | Umsatz des Handwerks und der Objekteure 2012 bis 2022 | 42 |
| Chart 23 | Umsatz der Warenhäuser 2012 bis 2022 | 43 |
| Chart 24 | Umsatz der Versender und Online-Händler 2012 bis 2022 | 44 |
| Chart 25 | Umsatz der Discounter 2012 bis 2022 | 45 |
| Chart 26 | Umsatz der Bau- und Handwerkermärkte 2012 bis 2022 | 46 |
| Chart 27 | Umsatz der „Sonstigen Anbieter“ 2012 bis 2022 | 47 |

C DIE DEUTSCHE BRANCHE IN DER VORAUSSCHAU BIS ZUM JAHR 2030 48

| | | |
|-----------------|--|----|
| Chart 28 | Marktszenarien für Deutschland insgesamt | 56 |
| Chart 29 | Gewebter Gardienestoff: Umsatzszenarien | 57 |
| Chart 30 | Gewirkter Gardienestoff: Umsatzszenarien | 58 |
| Chart 31 | Konfektionierte Gardinen: Umsatzszenarien | 59 |
| Chart 32 | Rollos und Raffrollos: Umsatzszenarien | 60 |
| Chart 33 | Flächenvorhänge: Umsatzszenarien | 61 |
| Chart 34 | Vertikaljalousinen: Umsatzszenarien | 62 |
| Chart 35 | Plisses: Umsatzszenarien | 63 |
| Chart 36 | Horizontaljalousinen: Umsatzszenarien | 64 |
| Chart 37 | Marktanteilsszenarien für die Vertriebswege | 66 |
| Chart 38 | Facheinzelhandel/Fachmärkte: Umsatzszenarien | 67 |
| Chart 39 | Möbeleinzelhandel: Umsatzszenarien | 68 |
| Chart 40 | Handwerk/Objekteure: Umsatzszenarien | 69 |
| Chart 41 | Warenhäuser: Umsatzszenarien | 70 |
| Chart 42 | Versender/Online-Handel: Umsatzszenarien | 71 |
| Chart 43 | Discounter: Umsatzszenarien | 72 |
| Chart 44 | Bau- und Heimwerkermärkte: Umsatzszenarien | 73 |
| Chart 45 | „Sonstige Anbieter“: Umsatzszenarien | 74 |

A

REPRÄSENTATIVE UND ZIELGRUPPENGENAUE KONSUMENT*INNEN FORSCHUNG IN DEN LÄNDERN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ


| | |
|--|-----------|
| Studiendesign der Konsument*innen-Forschung | 8 |
| 1 — Anschaffungskompass | 9 |
| 1.1 __ Wann haben Sie zum letzten Mal Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz gekauft? | 9 |
| 1.2 __ Wann planen Sie Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz zu kaufen? | 10 |
| 2 — Produkttrends | 12 |
| 2.1 __ Welche Produkte bevorzugen Sie bei einem Kauf? | 12 |
| 2.2 __ Wenn Sie an Ihre Fenster denken, welche Optik gefällt Ihnen sehr gut? | 13 |
| 3 — Kaufkriterien | 16 |
| 3.1 __ Was ist für Sie beim Kauf von Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz sehr wichtig? | 16 |
| 4 — Informationsquellen | 19 |
| 4.1 __ Wo suchen Sie bevorzugt Ideen, Trends und Impulse für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz? | 19 |

Studiendesign der Konsument*innen-Forschung

Für den „Branchen-REPORT Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2023“ wurden im Zeitraum 31.03.2023 bis 01.04.2023 insgesamt 1.000 Personen ab 18 Jahren in der DACH-Region online befragt.

Die Befragung erfolgte bevölkerungsrepräsentativ nach Alter und Geschlecht.

Chart 1 — Studiendesign der Konsument*innen-Forschung



| Anzahl Interviews | Geschlecht | | | Mediennutzung | | Altersgruppen | | | |
|-------------------|------------|--------|--------|-----------------|-----------|---------------|-----------|----------|--------|
| | Frauen | Männer | Divers | Digital Natives | Youngster | Mid Ager | Best Ager | Senioren | |
| Deutschland | 500 | 50,8 % | 49,2 % | 50,0 % | 30,1 % | 24,2 % | 44,6 % | 66,7 % | 86,4 % |
| Österreich | 250 | 23,2 % | 27,0 % | 16,7 % | 34,2 % | 39,0 % | 26,4 % | 16,9 % | 9,1 % |
| Schweiz | 250 | 26,0 % | 23,9 % | 33,3 % | 35,7 % | 36,8 % | 29,1 % | 16,4 % | 4,5 % |
| Gesamt | 1.000 | | | | | | | | |

Eigene Berechnung von
400 Märkten

530 Kunden

Wir kennen Märkte

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten.

www.marketmedia24.de

650 Auftragsstudien
für Industrie, Handel und
Wirtschaftsvereinigungen



BEFRAGUNGEN

Wir bieten die klassischen Befragungen der Primärforschung: Online, telefonisch und schriftlich. Auch jenseits davon kennen wir die richtigen Menschen für jede Fragestellung – im Dialog Face-to-Face oder in Fokusgruppen oder wie Sie wollen.



STRATEGIEBERATUNG

Marketmedia24 blickt mit Ihnen voraus. Wir führen Benchmarkings durch, untersuchen potenzielle Exportländer, definieren eine neue Produktrange oder denken auch sonst in alle gewünschten Richtungen weiter.



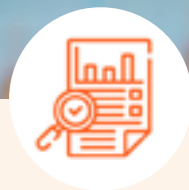
ZIELGRUPPENANALYSEN

Wir erforschen für Sie Zielgruppen aus dem gelebten Alltag. Mit Käuferprofilen, die Hand und Fuß haben, Studien zum Kaufverhalten, die Ihren Vertrieb voranbringen und anderen maßgefertigten Lösungen.



ZUKUNFTSFORSCHUNG

Wir liefern Ihnen mathematisch präzise Prognosen, Markt- und Vertriebs-szenarios und eine Zukunftsforschung, die auf Zahlen und Fakten basiert.



MARKTSTUDIEN

Wir erstellen nationale und internationale Studien, mit denen es sich planvoll handeln lässt: Branchenreports aus unserem Verlag, Untersuchungen im individuellen Erscheinungsbild und Marktdaten, persönlich für Sie aufbereitet.