

Heimtextil / Messe Frankfurt

Textiles Wohnen erfreut sich europaweit steigender Kauflust

Freitag, 08.01.2016

Privater Konsum, Bauboom, Mega- und Lifestyle-Trends sorgen für Wachstum in der Haustextilien-Branche: Seit 2012 wächst der deutsche Haustextilien-Markt Jahr für Jahr. So kauften die Deutschen 2015 für 5.314 Mio. Euro Bettwaren, Haus- und Tischwäsche. Und in den nächsten beiden Jahren werden sie sich ihre textile Gemütlichkeit noch mehr kosten lassen. Das ist keine Einzelentwicklung, weiß Wolfgang Richter, Geschäftsführer der RegioData Research GmbH. Denn nach den Erkenntnissen des neuen Kooperationspartners von Marketmedia24 stehen europaweit „die Marktchancen für das textile Wohnen aufgrund der wieder steigenden Konsumlust in wichtigen Märkten recht gut. Dazu kommt das veränderte Kundenverhalten: noch mehr Individualität und Abwechslung. Die Herausforderung für den stationären Handel wird es jedoch sein, die seit etwa zwei Jahren massiv steigenden Online-Anteile der Pure Player künftig in Grenzen zu halten.“ Dies ist einer Pressemitteilung von Marketmedia24 zu entnehmen.

Die Ergebnisse der Studie:

„Die deutsche Heimtextilien-Industrie ist zuversichtlich. Dafür sorgen die Rahmenbedingungen, und die Kauflust der Deutschen. Schon im ersten Halbjahr 2015 hatte vor allem die Inlandsnachfrage (+2,1%) für Wachstumsimpulse gesorgt, so Martin Auerbach, Geschäftsführer Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V., in seiner Halbjahresbilanz. Wenn nun auch aus dem europäischen Markt positive Signale abgeleitet werden, könnten sich auch die Export-Sorgen der deutschen Industrie abschwächen. Doch bis zur Schweiz, dem Europameister in Sachen Wohnkaufkraft mit einer durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabe für Heimtextilien und Möbel von 718,8 Euro, ist es hierzulande noch weit. Mit einer Pro-Kopf-Ausgabe von 579,1 Euro rangieren die Deutschen sogar noch hinter Österreich (587,5 Euro) auf Platz drei.“

Verlierer: Tagesdecken und Tischwäsche

Insgesamt aber habe der deutsche Markt große Lust auf textiles Wohnen. Wenn auch nicht jede Warengruppe davon gleichermaßen profitiere. Hohe Ausgabebereitschaft bestehe für die Themen rund um den guten und gesunden Schlaf. „Der größte Haustextilien-Teilmarkt – die Bettwaren – generierte 2015 immerhin 4.500 Mio. Euro und wird bis 2017 noch einmal um 14,4% zulegen. Daran dürfte auch der ausbleibende kalte Herbst und Winter 2015/2016 nicht wirklich etwas ändern. Obwohl besonders die Outdoor-Ungemütlichkeit die Investition in entsprechendes Interieur mit beflügelt, ist für Bettwaren der erholsame Schlaf der effektivere Verkaufsförderer. Das wird umso deutlicher als sich Tagesdecken in der Gunst der Verbraucher seit Jahren auf Talfahrt befinden (Minus 31,1% seit 2011). Ein weiteres Modeopfer in der Haustextilien-Branche bleibt auch die Tischwäsche. Das Marktvolumen dieses kleinsten Haustextilien-Teilmarktes verlor auch 2015 einmal mehr und hat seit 2011 immerhin um fast 15% nachgegeben. Und die Aussichten auf Besserung sind gering“, heißt es in der Meldung.

Interaktiver Handel schafft großen Sprung

Und weiter: „Der allgemein positive Trend kommt nicht durchgängig im Haus- und Heimtextilien-Handel an. Denn selbst wenn Umsatzzuwächse erwirtschaftet werden, werden diese oft über steigende Kosten

wieder „aufgefressen“. Und so muss der durchschnittliche Haus- und Heimtextilien-Handel mit einer betriebswirtschaftlichen Rendite auskommen, die der BTE bereits 2014 im „niedrigen einstelligen Bereich“ ausmachte. Damit erklärt sich auch der weitere Rückgang des Facheinzelhandels, der im deutschen Haustextilien-Markt kontinuierlich nachgibt. Er hielt 2015 nur noch 26,1% Marktanteil. Kein Einzelschicksal, denn lediglich zwei Wettbewerber legten im gleichen Zeitraum zu. Der Möbelhandel kam mit einem kleinen Plus aus dem abgelaufenen Geschäftsjahr, während der interaktive Handel den deutlich größten Sprung schaffte. Noch liegen die Versender und der Online-Handel auf Platz drei der Distributionsliste. Mit der Offensive und Zunahme der Online-Wohnanbieter, die auch das Möbelgeschäft im Internet immer stärker professionalisieren, dürften hier auch die Haustextilien weiter zulegen.“ Für Marketmedia24 ist ein weiterer Marktanteilszuwachs in den nächsten beiden Jahren jedenfalls ausgemacht.

Textiles Wohnen erfreut sich europaweit steigender Kauflust