

IFH Köln / BEE

Heimtextilien wachsen nur durch Preissteigerungen

Montag, 13.02.2023



Nach Rekordjahren brach der Marktanteil für Bettwaren 2022 ein. Trotzdem bleiben sie mit 34,7 Prozent Marktanteil die stärkste Warengruppe bei den Heimtextilien. Foto: Schwarze

Der Markt für Haus- und Heimtextilien war im Jahr 2022 vom Ausklingen der Pandemie geprägt. Investitionen in gewerblichen Branchen – Hotellerie und Gastronomie – wurden nachgeholt. Ebenso profitierte der stationäre Handel von einem Jahr ohne Lockdowns. Dabei waren online und stationär vor allem Produkte aus der Warengruppe Haus-, Tisch- und Bettwäsche gefragt. Zu diesem Ergebnis kommt der neue „Branchenbericht Haus- und Heimtextilien“ des IFH Köln in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung, der der gesamten Branche für 2022 ein Umsatzsprung von 4,1 Prozent auf 9,8 Milliarden Euro attestiert. Aber: Aufgrund der Preissteigerungen wird das nominale Plus zu keinem realen Umsatzwachstum.

„Für die Zukunft bleibt abzuwarten, ob dieses Marktniveau – auch infolge des Krieges in der Ukraine – gehalten werden kann. Die Branche wird stark von der marktwirtschaftlichen Gesamtlage beeinflusst. Der Aufschwung im Jahr 2022 ist dabei maßgeblich durch Nachholeffekte geprägt. Mittelfristig gehen wir von einer leicht rückläufigen Marktentwicklung aus,“ so Lukas Reischmann, Consultant bei der BBE Handelsberatung, zu den Ergebnissen der Branchenberichts Haus- und Heimtextilien.

Nachholeffekte: Haus-, Tisch- und Bettwäsche

Neue Dynamiken in den Teilbranchen: Während in den vergangenen drei Jahren stets die Warengruppe Bettwaren die meisten Marktanteile gewinnen konnte, wird dieser Trend 2022 gebrochen. Mähen Bettwaren zwar weiterhin den größten Marktanteil aus, verzeichnen sie 2022 einen historischen Einbruch von 37,7 Prozent auf 34,7 Prozent. Gewinne schreiben die Marktexperten des IFH Köln dagegen für die Warengruppe Haus-, Tisch- und Bettwaren aus, die 2022 somit bei 21,6 Prozent Marktanteil lagen – ein Plus von 2,5 Prozentpunkten.

Vertriebswege: Stationärer Handel und Fachhandel gewinnen

Nachdem der Onlinehandel in den Pandemie Jahren 2020 und 2021 überproportional wachsen konnte, hat er 2022 erstmals Marktanteile verloren. Profiteur des vergangenen Jahres 2022 war in der Branche Haus- und Heimtextilien der stationäre Handel und insbesondere der stationäre Fachhandel: Verbraucherinnen und Verbraucher nahmen vermehrt die Chance des Einkaufserlebnisses vor Ort mit fachkundigerer Beratung wahr. Gefragt waren hier vor allem Waren, die mit haptischem und sensorischem Testen einhergehen: Wäsche, Teppiche und Stoffe.

Zukünftige Entwicklung geprägt von Nachhaltigkeit

„Der Markt für Haus- und Heimtextilien steht zunehmend im Bann des Megatrends Nachhaltigkeit. Dies betrifft sowohl die Herstellerebene, den Vertrieb zu Verbraucherinnen und Verbrauchern, als auch die Entsorgung der Altprodukte. Eine spannende Entwicklung, die aber auch mit höheren Kosten einhergeht – und damit für die Branche in den kommenden fünf Jahren höchstens ein moderates Plus mit sich bringt,“ prognostiziert Christoph Lamsfuß, Senior Consultant am IFH KÖLN.

Heimtextilien wachsen nur durch Preissteigerungen