

## **Marketmedia24**

### **Gute Aussichten für Gardinen, Sonnenschutz & Co.**

Freitag, 18.05.2018

Für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz war 2017 ein gutes Jahr. Mit +2,8% weisen die jetzt veröffentlichten Branchenanalysen von Marketmedia24 für den deutschen Markt im vierten Jahr in Folge ein gestiegenes Marktvolumen aus. Dieser Aufwärtstrend wird anhalten. „Die Branche wird schon 2018 die 3 Milliarden Euro-Marke überspringen“, so Marktforschungsleiter Karl Oerder, Marketmedia24.

Die deutsche Heimtextilien-Industrie partizipiert allerdings nicht im vollen Umfang von dem heimischen Wachstum. Zumal Dekostoffe und Gardinen im Wettbewerb zu den Produkten des innenliegenden Sicht- und Sonnenschutzes liegen und nur wenige Verbraucher diese Gestaltungsmöglichkeiten kombinieren.

Generell herrscht für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte ein gutes Klima. So rechnet die Fensterbranche bei Neubau und Renovierung für 2018 wieder mit stabilen Zuwächsen: 14,6 Millionen Fenster könnten verbaut werden. Damit verbunden ist Potenzial für Gardinen, passenden Sicht- und Sonnenschutz. Im abgelaufenen Jahr waren dabei vor allem Raffrollos, gefolgt von Vertikaljalousien und konfektionierten Gardinen gefragt. Eine Hitliste, die sich auch in der Langzeitanalyse von 2013 bis 2017 bestätigt. Während der Abwärtstrend der gewirkten Gardinenstoffe 2017 erstmals auch die gewebten Qualitäten erfasste. Außerdem weisen Rollos trotz Trendaufwind auch erstmals ein Minuszeichen aus.

Dennoch äußerte sich der Verband innenliegender Sicht- und Sonnenschutz e.V. (ViS) auf der Heimtextil-Messe im Januar 2018 zufrieden mit der Entwicklung der Rollo-Umsätze. Denn für das erste Halbjahr 2017 wurde noch ein Plus von 2,4% kommuniziert. Von Unternehmenskonjunkturen abgesehen konnte die deutsche Gardinenindustrie nach Angaben des Verbandes der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V. (Heimtex) 2017 die Nachfrageschwäche im Inland dank positiver Nachfrage aus dem Ausland zumindest teilweise ausgleichen.

Während die Konsumenten 2017 pro Kopf 2,6% mehr für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte ausgaben, wächst in den Vertriebswegen der Wettbewerbsdruck. Trotz-dem ist die Angst vor dem Online-Tsunami nicht unbegründet. Denn zwischen 2013 und 2017 ist der Umsatz des Distanzhandels (Online- und Versand-Handel) um fast 42% gestiegen. Dagegen traten Fachhandel und Fachmärkte 2017 fast auf der Stelle. Neben Onlineshops machen vor allem expandierende Möbeldiskonter dem BTE Handelsverband Textil berechnete Sorgen. Schließlich beendete der Möbeleinzelhandel als zweitgrößter Marktteilnehmer sein Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz-Jahr 2017 mit über 3% Umsatzplus.

**Gute Aussichten für Gardinen, Sonnenschutz & Co.**