

Jonna Sperlich

Unternehmenskommunikation

0221 94 36 07-835

presse@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

IFH KÖLN



PRESSEMITTEILUNG

CORONA BREMST ABWÄRTSTREND DER HAUS- UND HEIMTEXTILIEN

Gesamtmarkt Haus- und Heimtextilien verzeichnet in Krisenjahren 2020 und 2021 Plus von 141 Millionen Euro im Vergleich zu 2019. Cocooning-Trend steigert Umsatzwachstum im Markt rund um Bettwaren. Onlinehandel setzt sich in allen Teilmärkten immer mehr durch. Prognose für 2022: Moderates Umsatzwachstum.

Köln, 19. Mai 2022 — Das eigene Zuhause so gemütlich wie möglich gestalten – das haben sich viele Deutsche während der Coronapandemie zur Aufgabe gemacht. Der neue Branchenfokus des IFH KÖLN in Zusammenarbeit mit der BBE Handelsberatung wirft einen genauen Blick auf den Haus- und Heimtextilienmarkt, welcher in drei Teilmärkte unterteilt wird. Der Teilmarkt für Bettwaren und Haus, Tisch- und Bettwäsche konnte am meisten vom Cocooning-Trend profitieren: Hier wurde ein jährliches Umsatzwachstum von 3,4 Prozent (2021) und 4,2 Prozent (2020) in den letzten beiden Krisenjahren verzeichnet. Die anderen beiden Teilmärkte, Textile Bodenbeläge sowie der Bereich der Gardinen/ Deko-Stoffe & Zubehör, verloren an Umsatz. Der Gesamtmarkt erholte sich jedoch von der vorpandemischen Abwärtstendenz und erzielte in den letzten beiden Coronajahren ein Umsatzplus von 141 Millionen Euro im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019.

„Besonders positiv hat sich in den vergangenen Jahren der Bereich Federn/Decken/Kissen entwickelt. Die insgesamt stabilen Zahlen dürfen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass sowohl im Konsumentenverhalten als auch in den Vertriebswegen spürbare Veränderungen eingetreten sind. Zum Beispiel beim Matratzenkauf wird deutlich, wie selbstverständlich heute insbesondere junge Menschen auf Online-Einkäufe setzen“, so Dr. Johannes B. Berentzen, Geschäftsführer der BBE Handelsberatung.

Textile Bodenbeläge mit Verlusten

Dass der Cocooning-Trend im privaten Rahmen die Nachfrage nach Haus- und Heimtextilien in den Pandemie Jahren gesteigert hat, ist nur eine Seite der Medaille: Auf der Kehrseite stehen hohe Umsatzverluste bei der gewerblichen Nachfrage, deren Bedarfsrückgang unter anderem durch Lockdowns verstärkt wurde. Die Nachfrage nach textilen Bodenbelägen, zum Beispiel aus dem Bereich der Hotellerie, ging zurück – das konnte auch nicht durch die verstärkte private Nachfrage an Teppichen und Co. kompensiert werden. Das Ergebnis: Ein durchschnittlicher jährlicher Umsatzverlust von Minus 3,6 Prozent in den Jahren 2021 und 2020 im Vergleich zu 2019.

Marktwachstum ausschließlich über Onlinekanal

Wenn es um die Frage des Kaufkanals für Haus- und Heimtextilien geht, entscheiden sich immer mehr Kund:innen für Onlineanbieter, insbesondere im Bereich Bettwaren. In zwei Jahren Pandemie gewann der Onlinehandel zusätzlich 8,1 Prozentpunkte der Marktanteile im Bereich der Bettwaren. Der Onlineanteil stieg damit 2021 auf über 40 Prozent. In den Märkten mit einem hohen Anteil an

gewerblicher Nutzung sieht dies noch anders aus: Nur ein Bruchteil der textilen Bodenbeläge werden online erworben, der Fachhandel hat hier die Fäden (noch) in der Hand.

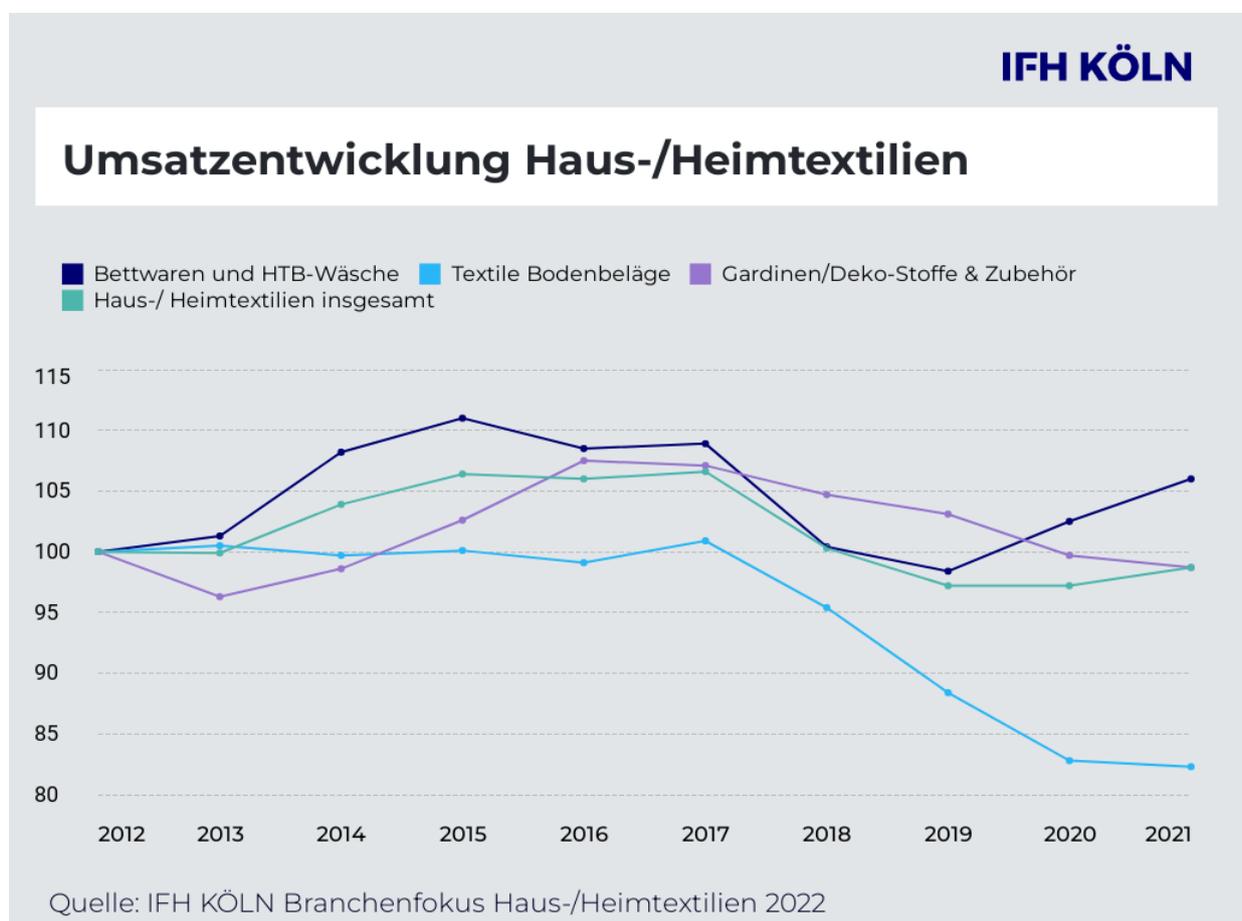
Gesamtmarktprognose bis 2026

Geht man – unter Berücksichtigung einiger unklarer Variablen wie dem Krieg in der Ukraine oder dem weiteren Verlauf der Coronapandemie – von einer moderaten Prognosekurve aus, wird der Gesamtmarkt Haus- und Heimtextilien bis 2026 einen Umsatzanstieg auf 10,3 Milliarden Euro (zum Vergleich: Gesamtmarktumsatz 2021 9,4 Milliarden Euro) verzeichnen können. Für das laufende Geschäftsjahr 2022 kann bei moderatem Wachstum ein Plus von 1,8 Prozent erwartet werden.

„Nach dem Abwärtstrend der Heimtextilien sehen wir – selbst in der untersten Prognosevariante – einen langfristigen Marktanstieg. 2022 könnte das Wachstum etwas geringer ausfallen, da gerade im privaten Bereich viele Bedarfe gestillt sind. Das wird sich auf lange Sicht aber wieder einpendeln“, so Christoph Lamsfuß, Senior Consultant am IFH KÖLN.

Wörter der Meldung: 528

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.863



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Der „Branchenfokus Haus- und Heimtextilien“, Jahrgang 2022, des IFH KÖLN in Kooperation mit der BBE Handelsberatung liefert folgende Informationen in Form eines Fließtextes inklusive Abbildungen:

- Umsatzentwicklung des Gesamtmarktes und der drei Teilmärkte* von 2012- 2021
- Analyse der Distributionsstruktur
- Umsatz- und Vertriebskanalprognose des Gesamtmarktes und der drei Teilmärkte* bis 2026

*Die 3 Teilmärkte sind: Bettwaren und HTB-Wäsche (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Textile Bodenbeläge und Gardinen/Deko-Stoffe & Zubehör.

Die komplette Studie kann [im Shop](#) des IFH KÖLN erworben werden.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Know-how-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die BBE

Die BBE Handelsberatung mit ihrem Hauptsitz in München und Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt berät seit mehr als 65 Jahren Handelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie die Immobilienwirtschaft und Kommunen. Im Verbund mit IPH Handelsimmobilien und elaborem New Commerce Consulting reicht das Beratungsportfolio der über 170 Branchen-, Standort-, E-Commerce- und Immobilien-Experten von Strategieentwicklung, Markt- und Standortanalysen, Image- und Kundenforschung bis hin zu Projektentwicklung und Centermanagement.

Mehr unter: www.bbe.de