



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	Gardinstoff: Top 10 Lieferländer 2017 bis 2022 weltweit	27
Chart 10	Gardinstoff: 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.



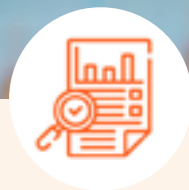
ZIELGRUPPENANALYSEN

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.