

A modern interior space with a large window and a unique chair. The room features a wall with a dense, repeating pattern of small, dark, circular motifs. The floor is a light, reflective surface. A large window looks out onto a lush green forest. In the foreground, a modern, sculptural chair with a red cushion is positioned on the floor.

Branchen-REPORT 2017

GARDINEN, SICHT- UND SONNENSCHUTZ

IMPRESSUM

Herausgeber

Marketmedia24, Sürther Hauptstraße 190b, 50999 Köln (Germany)
info@marketmedia24.de, www.marketmedia24.de
Februar 2017

Autorenteam

Eva Barth-Gillhaus, Karl Oerder, Dr. Christoph von Rothkirch

Kontakt

Sonja Koschel, Telefon +49 (0)2236 3316931, koschel@marketmedia24.de

In Kooperation mit

NoceanZ GmbH, www.noceanz.com

© 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: Coulisse B.V.



Die Markt- und Handelsspezialisten von Marketmedia24 halten mit Methoden der Primär- und Sekundärforschung für Sie die Konsumgütermärkte und Handelskanäle im Blick und liefern Ihnen punktgenaue und belastbare Analysen für Ihre Unternehmensstrategie. Die Kommunikationsprofis von Marketmedia24 sorgen dafür, dass Sie mit Ihrer Identität und Botschaft am Markt sichtbar werden. Dafür nutzt Marketmedia24 die gesamte Bandbreite konzeptioneller, redaktioneller und visueller Kommunikation.



Seit 1996 sind wir für unsere Kunden in Sachen Marktforschung unterwegs. Neben der Datenerhebung mit allen gängigen Methoden (Telefonisch, Persönlich, Schriftlich, Online, per App, Focus Gruppen, Beobachtung etc.) bieten wir Ihnen kompetente Beratung rund um das Thema Marktforschung. Neben der Unterstützung bei der Methodenauswahl, der Entwicklung des Fragebogens, der Organisation und Durchführung der Erhebung sind wir ebenso der Ansprechpartner, wenn es um das Thema Auswertung und Aufbereitung der Daten geht.

INHALT

A Blick auf die Branche	
Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung	6
1 Methodensteckbrief	7
2 Markenbekanntheit: Nur etwa 10 Prozent kennen den Spitzenreiter Velux	8
3 Kaufpräferenz: Marke oder Preis?	10
4 Einkaufsstättenwahl: Frauen haben beim Onlineshopping die Nase vorn	12
5 Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz: high oder low interest products?	14
6 Kaufimpulse: Innovative Lösungen warten noch auf Entdeckung	16
B Marktmacher und ihre Konkurrenzsituation	18
1 Industrie erwartet leichtes Wachstum	19
2 Experten im Dialog	23
2.1 Reinhold Kober, Chefredakteur der Fachzeitschrift sicht+sonnenschutz	23
2.2 Sabine Scharrer, Objektleiterin der Messe Heimtextil	25
3 Handel zwischen Emotionalisierung und Digitalisierung	27
C Der deutsche Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutzmarkt in Zahlen	31
1 Marktdaten 2012 bis 2016	32
1.1 Marktvolumina zu Endverbraucherpreisen	32
1.2 Konsumausgaben	35
2 Handelsdaten 2012 bis 2016	37
2.1 Marktanteile der Vertriebskanäle	38
2.2 Umsätze der Vertriebskanäle	40
D Die Aussichten für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz bis 2025	42
1 Szenarien: nicht vorhersagen, sondern vorausdenken	43
2 Markteinflüsse: Bevölkerung, Wirtschaft, Politik und Technologien	43
3 Zukunftschancen und Zukunftsgefahren	47
3.1 Marktszenarien für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz bis 2025	48
3.2 Handelsszenarien für die Kernvertriebswege für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz bis 2025	50

CHARTS

Kapitel A	Blick auf die Branche	
	Ergebnisse einer repräsentativen Verbraucherbefragung	6
Chart 1	Wenn Sie an Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte denken: Welche Markennamen fallen Ihnen spontan ein?	9
Chart 2	Wenn es um den Kauf von Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz- produkten geht, welche Aussage trifft dann am ehesten auf Sie zu?	11
Chart 3	Wo kaufen Sie üblicherweise Ihre Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte ein?	13
Chart 4	Wie häufig kaufen Sie Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte?	15
Chart 5	Aus welchem Anlass heraus kaufen Sie Gardinen, Sicht- und Sonnenschutzprodukte?	17
Kapitel C	Der deutsche Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutzmarkt in Zahlen	31
Chart 6	Marktdaten Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2016	32
Chart 7	Der deutsche Markt für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2012 bis 2016 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	33
Chart 8	Der deutsche Markt für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz im Jahresvergleich 2012 und 2016	34
Chart 9	Konsumausgaben Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2016	35
Chart 10	Die Konsumausgaben für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2012 bis 2016	36
Chart 11	Die Marktanteile der Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz- Vertriebskanäle 2012 bis 2016 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	38
Chart 12	Die Marktanteile der Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz- Vertriebskanäle im Jahresvergleich 2012 und 2016 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	39
Chart 13	Die Umsätze der Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz- Vertriebskanäle 2012 bis 2016 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	40
Chart 14	Die Umsätze der Gardinen-, Sicht- und Sonnenschutz- Vertriebskanäle im Jahresvergleich 2012 und 2016	41

CHARTS

Kapitel D	Die Aussichten für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz bis 2025	42
Chart 15	Markteinflüsse: Bevölkerung, Wirtschaft, Politik und Technologien	44
Chart 16	Wohnungsmarktprognose bis 2024	46
Chart 17	Der deutsche Markt für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	49
Chart 18	Die Handelsstrukturen für Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006, 2016 und 2025 – Angaben in Prozent des Gesamtmarktes	51
Chart 19	Die Umsätze des Facheinzelhandel/der Fachmärkte mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	53
Chart 20	Die Umsätze des Möbeleinzelhandels mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	54
Chart 21	Die Umsätze von Handwerk/Objekteuren mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	54
Chart 22	Die Umsätze des Distanzhandels mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	55
Chart 23	Die Umsätze von Bau- und Heimwerkermärkten mit Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz 2006 bis 2025 – Angaben in Millionen Euro zu Endverbraucherpreisen	55