

Wissen schafft Zukunft.

BBE-Service Paper

Wohntextilien

Januar 2014

Know-how to create future.

BBE-Service Paper

Home Textiles/ Furnishings

January 2014

Impressum | Kontakt

Herausgeber:

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Straße 45, D-80333 München
Telefon +49 (0)89 55118-144
Telefax +49 (0)89 55118-153
info@bbe.de, www.bbe.de
Geschäftsführer: Joachim Stumpf, Alois Müller

Januar 2014

Redaktion/Gestaltung:

Marketmedia24
Sürther Hauptstraße 190b, D-50999 Köln
www.marketmedia24.de
Inhaberin: Sonja Koschel

Kontakt:

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

Copyright:

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.

Imprint | Contact

Publisher:

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Straße 45, 80333 Munich (Germany)
Telephone +49 89 55118-144
Telefax +49 89 55118-153
info@bbe.de, www.bbe.de
Managing Directors: Joachim Stumpf, Alois Müller

January 2014

Editorial Department/Layout:

Marketmedia24
Sürther Hauptstraße 190b, 50999 Cologne (Germany)
www.marketmedia24.de
Owner: Sonja Koschel

Contact:

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

Copyright:

The duplication, loan or rental or any other form of distribution or publication of this document or any part thereof may only be undertaken with the express written consent of Marketmedia24.
All rights reserved.

Inhalt | *Content*

1 Editorial	3
2 Der Wohntextilien-Markt in Deutschland	4
<i>The home textiles/furnishings market in Germany</i>	4
2.1 Zuversicht im Haustextilien-Markt nicht bestätigt	6
2.1 <i>Confidence in the home textiles market not confirmed</i>	6
2.2 Online-Handel nimmt bis 2020 Fahrt auf	7
2.2 <i>Online retail will continue to climb till 2020</i>	7
3 Experten im Dialog – Ausblick 2014	10
<i>Experts in dialogue – preview 2014</i>	10
Sebastian Deppe: „Wettbewerb zwingt Marktteilnehmer sich zu positionieren.“	10
„ <i>Competition is forcing market participants to position themselves.</i> “	10
Olaf Schmidt: „Verbraucher konsumieren immer bewusster.“	13
„ <i>Conscious consumption continuing to increase.</i> “	13
Andreas Steinle: „Das Büro der Zukunft ist ein großes Wohnzimmer.“	17
„ <i>The office of the future will be a large living room.</i> “	17

1 Editorial

Die **BBE Handelsberatung GmbH** mit ihrem Hauptsitz in München und den Niederlassungen in Hamburg, Köln, Leipzig und Erfurt **ist eine der führenden Beratungsgesellschaften für alle Fragestellungen rund um den Handel**. Zu unseren Kunden zählen Einzelhandelsunternehmen aller Betriebsgrößen und Betriebsformen, Einkaufskooperationen, Verbundgruppen und die Konsumgüterindustrie sowie Projektentwickler, Investoren und Kommunen.



Joachim Stumpf
Geschäftsführer | *Managing Director*
BBE Handelsberatung
IPH Handelsimmobilien

Mehr als 100 Mitarbeiter sind Spezialisten für nahezu jede Branche im Einzelhandel oder Experten für das Themenfeld Einzelhandelskonzepte, Standort und Immobilie. Durch den ganzheitlichen Ansatz reicht unser Beratungsportfolio von der Strategieentwicklung und Positionierung über Markt-, Standort- und Auswirkungsanalysen, Image- und Kundenzufriedenheitsanalysen bis hin zur betriebswirtschaftlichen Optimierung, der Betreuung von Erfahrungsaustauschgruppen sowie der Weitergabe von Wissen in Vorträgen und Seminaren. Zudem verfügen wir über eigene umfassende Datenpools, die von Branchenbenchmarks über Kaufkraftvolumina bis zu Wettbewerbsdatenbanken reichen.

Mit dem Beratungs-Know-how unserer verbundenen Unternehmen **IPH Handelsimmobilien** und **elaboratum** erweitern wir unseren Blickwinkel zu einer einzigartigen Perspektive: Wir betrachten alle Facetten der Handelsimmobilie vom Nutzungskonzept bis zum Centermanagement. Wir denken über den stationären Handel hinaus und kennen die Anforderungen an E-Commerce, Multichannel, Mobile-Commerce und digitales Instore-Marketing, das Kerngeschäft der elaboratum. Wo andere externes Wissen einkaufen, gehen wir einfach nach nebenan. Die Verbindung von Branchen- und Methodenkompetenz sichert eine hohe Umsetzungsorientierung unserer Beratungsprojekte.

BBE Handelsberatung GmbH with its headquarters in Munich, and branches in Hamburg, Cologne, Leipzig and Erfurt, is one of the leading consultancy companies for all areas related to the retail sector. Among our customers are retail companies of all sizes and types, purchasing cooperatives, industry associations, and the consumer goods industry, as well as project developers, investors, and councils.

We have more than 100 employees who are specialists covering almost every branch of retail, or who are experts in the field of retail concepts, site location, and real estate. Due to our holistic approach, our consultancy portfolio ranges from strategy development and positioning, market and location analysis, impact assessment, image and consumer satisfaction analysis, through to business optimisation, the supervision of information exchange workshops, as well as the dissemination of know-how by means of presentations and seminars. In addition, we have our own extensive data pools, which cover various aspects from industry benchmarks, through to purchasing power volumes and competition databases.

Furthermore, the consultancy expertise of our affiliated company IPH Handelsimmobilien and elaboratum, means that we can extend our field of vision to reach a unique perspective: We can examine all aspects of retail real estate from utilization concepts to centre management. Our vision goes beyond stationary outlets, and we recognise the challenges and requirements of e-commerce, multi-channel and mobile commerce as well as digital in-store marketing, the core business of the elaboratum. Whereas other companies need to buy in external knowledge, we simply go next door. The close cooperation and connection between industry and methodological competence ensures that our consultancy projects are oriented towards business implementation.

2 Der Wohntextilien-Markt in Deutschland

Der Kuschelfaktor der Deutschen ist hoch: Textiles Wohnen liegt im Trend. Selbst Wachskerzen oder Porzellanprodukte schmücken sich mit textil anmutenden Oberflächenbildern, die an liebevoll selbstgestrickte Gemütlichkeit erinnern. Decken, Plaids und Kissen sind dem Trend des Outdoor-Living sei Dank zum Ganzjahres-Thema avanciert. Tapeten kehren selbst ins stylische Ambiente zurück. Textiles am Boden erhöht den Wohnlichkeitseffekt. Und Bett und Bad werden einerseits vom Wellness-Trend beflügelt, andererseits motivieren Gesundheitsbewusstsein oder altersbedingte Beschwerden zum Neukauf.

Wohntextilien profitieren von dem Megatrend, der die Wohnung als Rückzugsort definiert. Einen vertrauten Ort, an den man sich zurückziehen kann. Schutzraum vor den Herausforderungen, die Alltag und Beruf stellen. Außerdem ist das Zuhause für viele Menschen der einzige Ort, an dem man sein kann, wie man will, an dem man seine Individualität ausleben und die eigene Persönlichkeit inszenieren kann. Doch diese zuversichtlich stimmende Trendbeschreibung spiegelt sich nicht durchgängig in den Marktdaten der Branche wider.

Der Einzelhandelsumsatz der Branche lag 2011 laut Statistischem Bundesamt, Wiesbaden, bei gut 6,2 Milliarden Euro. Denn die Umsatzsteuerstatistik weist für Haustextilien (Tisch-, Bettwäsche, Badtextilien, Dekorations- und Möbelstoffe, Stuhl- und Sesselaufgaben, dekorative Decken und Kissen, Matratzen und Bettwaren, Kurz- und Meterware) einen Einzelhandelsumsatz von 3,2 Milliarden Euro aus. Im gleichen Zeitraum erwirtschafteten die Heimtextilien (Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten) rund 3 Milliarden Euro. Eine Vorgabe, die der Einzelhandel für Haus- und Heimtextilien im Jahr 2012 mit einem leichten Umsatzplus steigern konnte, so das Bundesamt.

2 The home textiles/furnishings market in Germany

The cosiness factor is high in Germany: textiles are part and parcel of home living. Even candles or china are decorated with textile-like images which give a sense of hand-crafted cosiness. Covers, plaids and cushions have become an all year round theme thanks to the trend for outdoor living. Wall hangings are also becoming part of a stylish ambience. Floor textiles are increasing the cosiness effect. The bathroom and bedroom are on the one hand being influenced by the wellness trend, and on the other hand greater health awareness or age-related issues are motivators for new purchases.

Home textiles and furnishings are profiting from the mega trend where the home becomes a haven – a safe place where one can relax and unwind. It's a place where we can escape from the challenges of work and everyday life. Furthermore, for many people, their home is the only place where they can be who they want to be, and where they can express their individuality and their own personality. However, this confident trend is not reflected in all the market data from the sector.

Retail sales in the home textiles sector were 6.2 billion Euros in 2011 according to the National Statistics Office Wiesbaden. The VAT statistics showed home textiles (table linen, bed linen, bathroom textiles, decorative materials, chair cushions, decorative covers and cushions, mattress covers, haberdashery and fabrics) as having retail sales of 3.2 billion Euros. In the same time period home furnishings (curtains, rugs, carpets and wall hangings) saw sales of around 3 billion Euros. According to the National Statistics Office, the home textiles and furnishings sector saw a slight increase in their sales in 2012.

Ein „leichtes Umsatzwachstum“ in 2012 bestätigt der Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels (BTE). Er betont dabei jedoch sowohl Firmenkonjunkturen als auch Unterschiede zwischen einzelnen Produktgruppen. Bettwaren und Teile des Haustextilien-Sortiments nahmen demnach eine positive Entwicklung. Gardinen und Dekostoffe bewegten sich auf Vorjahresniveau, während Teppiche mit negativen Vorzeichen aufwarteten.

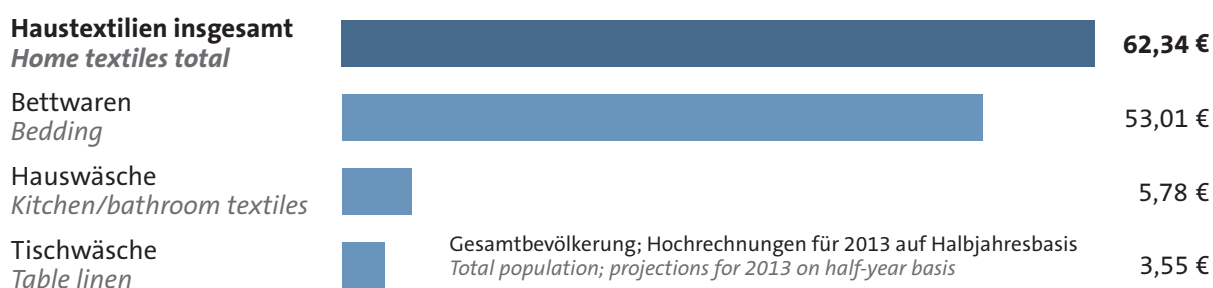
Neben dem privaten Sektor wird der gewerbliche Objektmarkt gemessen, der sich nach vorläufigen Schätzungen von ifo-Institut und Volksbanken Raiffeisenbanken 2012 auf Vorjahresniveau bewegt hat. Für 2013 gehen die Marktbeobachter beider Institutionen von leichtem Zuwachs aus. Dabei stützt sich diese Prognose vor allem auf Nachfrageimpulse aus dem Gesundheits- und Pflegemarkt.

A “slight increase” in sales in 2012 was also reported by the German Association for Textile Retailers (BTE). However, they also emphasise the differences in individual business success and between the product groups. Bed linen and some parts of home textiles saw positive growth. Curtains and decorative fabrics were at the same level as the previous year, while carpets and rugs showed negative signs.

Alongside the private homes sector, commercial contract textiles were also looked at, and according to provisional estimates from the ifo-Institut and Volksbanken Raiffeisenbanken, in 2012 they remained at the previous year’s level. Market observers at both institutions are expecting to see slight growth in 2013. This forecast is mainly based on demand coming from the healthcare market.

Die Pro-Kopf-Ausgaben für Haustextilien in Deutschland (Euro)

Per capita spending on home textiles in Germany (Euro)



QUELLE | SOURCE: marketmedia24 (Köln | Cologne)

Im Jahr 2013 haben die deutschen Bundesbürger statistisch 62,34 Euro für Haustextilien ausgegeben. Das ist – trotz Wohnlust und Textiltrend – weniger als im Vorjahr. Das schlägt sich auch in den bislang vorliegenden Statistiken des BTE nieder. Danach verzeichnete der stationäre Einzelhandel mit Haustextilien, Bettwaren, Meterwaren nach dem 1. Halbjahr 2013 eine nominale Umsatzentwicklung von minus 1,6 Prozent. Auch der Blick nach vorn stimmt nicht zuversichtlich. Denn weder 2014 noch 2015 wird der Ausgaberekord von 2011 (67,17 Euro pro Kopf) wieder erreicht. Im Gegenteil: Die Marketmedia24-Marktmodelle weisen jeweils ein weiteres Absinken der Pro-Kopf-Ausgaben aus.

In 2013 Germans spent 62.34 Euros per capita on home textiles. This is less than the previous year, despite textile trends and increased time spent at home. This is also reflected in the statistics of the German Association of Textile Retailers (BTE) which show that after the first half year in 2013 bricks-and-mortar retailers saw a nominal reduction in sales of home textiles, bed linen and fabrics of 1.6 per cent. Even looking forward, it's not particularly positive. Neither 2014 nor 2015 will see the record spending seen in 2011 (67.17 Euros per capita). On the contrary: Marketmedia24's market model shows a further reduction in per capita spending.