

## Pressekontakt:

IFH Köln  
Lara Kersken  
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-827

[presse@ifhkoeln.de](mailto:presse@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## IFH-Marktzahlen: Rückschritt für Bodenbeläge

*Wachstum im Markt für Bodenbeläge wurde 2018 ausgebremst und verliert rund ein Prozent. Vertriebsseitig nimmt der Onlineanteil weiter zu. Wandel der Branche hält an.*

**Köln, 26. September 2019** – Der deutsche Markt für Bodenbeläge konnte sich in den letzten zehn Jahren fast durchgängig über eine positive Wachstumsentwicklung freuen. Damit ist jetzt aber Schluss. Der Blick auf die Marktzahlen verrät: 2018 hat der Markt rund 1,1 Prozent eingebüßt und zeigt damit erstmals seit langem eine abnehmende Tendenz. In Deutschland wurden 2018 mit textilen und nicht-textilen Bodenbelägen sowie mit Fliesen 7,97 Milliarden Euro umgesetzt. Diese und weitere Ergebnisse enthält die neue IFH-Studie „Branchenfokus Bodenbeläge – Online & Offline“.

### Laminat verliert weiter zugunsten elastischer Bodenbeläge

Betrachtet man die einzelnen Warengruppen genauer, zeigt sich, dass vor allem weniger Laminatböden gekauft werden. Laminatböden fahren im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 7,3 Prozent ein. Wachstum (plus 7,5 Prozent) können hingegen die elastischen Bodenbeläge verzeichnen.

*„Diese Verschiebung zwischen den in Eigenschaften und Preis recht ähnlichen Bodenbelägen lässt sich mittlerweile seit einigen Jahren beobachten und schlägt sich mittlerweile auch deutlich in den Zahlen nieder“, erläutert Max-Henrik Fabian, Autor der IFH-Studie.*

### Vertriebswege: Online gewinnt

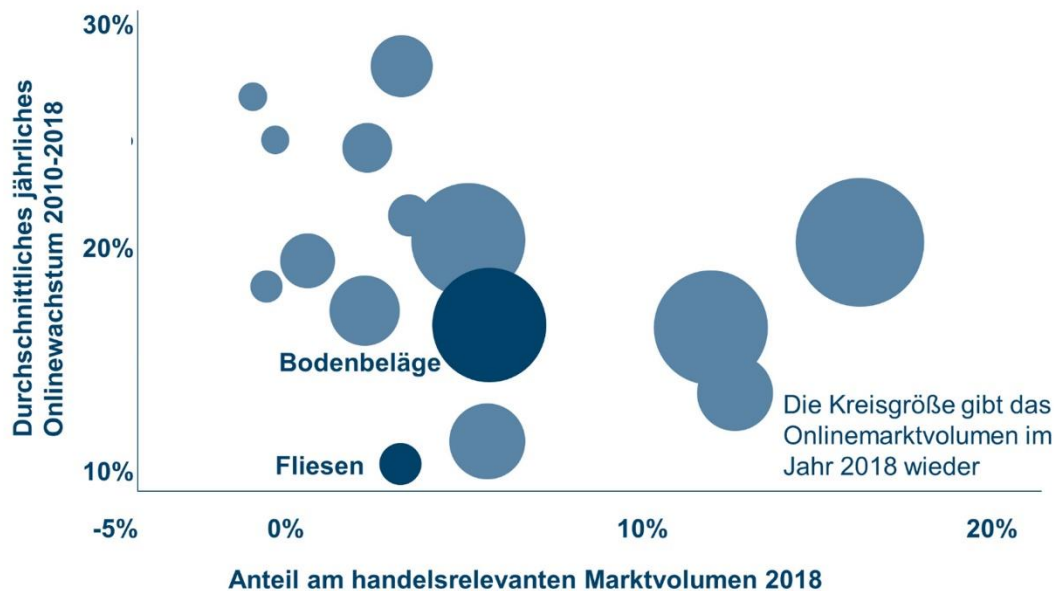
Nicht nur innerhalb der Warengruppen zeigen sich Verschiebungen. Auch die Vertriebslandschaft im Markt für Bodenbeläge ist im Wandel. So konnte der Onlinehandel mit Bodenbelägen seit 2010 stetig zulegen und wuchs in den letzten acht Jahren jährlich durchschnittlich um über 15 Prozent.

*„Bereits heute verzeichnen die beiden Konsumgüterfelder DIY & Garden sowie Home & Interior einen nicht zu vernachlässigenden Onlineanteil im Branchenvergleich. Insbesondere der DIY-Bereich hat sich in den letzten Jahren als einer der zentralen Wachstumsmärkte des E-Commerce herauskristallisiert. Bodenbeläge sind da als Produkte natürlich nicht ausgenommen“, erklärt Max-Henrik Fabian.*

Für die Branche – insbesondere für den Fachhandel – nehmen die Unsicherheiten bezüglich der weiteren Marktentwicklung damit weiter zu. Der Produktbereich rund um Fußbodenausstattung wie die Branche insgesamt unterliegen aktuell einem umfassenden Wandel.

Wörter der Meldung: 308

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.329



Quelle: IFH Köln, Branchenfokus Bodenbeläge – Online & Offline 2019

*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 Bodenbeläge – Online & Offline“, Jahrgang 2019 des IFH Köln liefert folgende Daten:

- Marktvolumina Bodenbeläge 2014 und 2018
- 3 Segmente (textile, nicht-textile Bodenbeläge und Fliesen) mit 10 Warengruppen – Entwicklungen und Wachstumstreiber
- Vertriebsstrukturen 2014 bis 2018
- 6 Vertriebsformate – Entwicklungen, Vertriebswegeprofile und Wachstumstreiber
- Spezialteil zur Onlinemarktentwicklung
- Blick auf den Markt für Bodenbeläge in der EU
- Produktion, Import und Export, Inlandsmarktverfügbarkeit
- Marktprognose: Warengruppen- und Vertriebswegeentwicklung bis 2023

Die Studie kann über den [IFH-Shop](#) bestellt werden.

### Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen 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 Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte

und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)